Canon Marketing Japan Group

キヤノンマーケティングジャパングループ

CSR報告書 2012

詳細版

目次

Canon

トップメッセージ

2011年を振り返ると、東日本大震災を境に、価値観の大転換が起こり、さまざまなステークホルダーからの要請が変化してきた、それを実感した一年であったと思います。特に企業は、存在意義を発揮しつつ、いかに社会のニーズに応え続けていくかということが、今日の経営のあり方として真正面から問われたのではないか、と考えています。

「Business with CSR」を合言葉に、キヤノンマーケティングジャパングループの「CSR経営」を推進します。

キヤノングループでは、創業以来、企業活動の中で、しっかりと企業が社会に対する責任を意識し大切にする組織風土があり、現在の「共生」の理念につながっています。これがいまのCSR活動の下地となっています。
私たちキヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、マーケティング・イノベーションを行い、変化する社会のニーズを的確に読み取り、「新しい価値」や「新しい市場」を創造していくことを目指しており、一方で、CSRの本質には、本業を通じて変わりゆく世の中の要請や期待に応え、信頼や支持を獲得する、ということがあると認識しています。このようなことから「CSR活動は、マーケティングそのもの」という考え方を打ち出しています。
昨年始めに「長期経営構想 フェーズ II」を策定しましたが、その後にあの大震災を経て、あらためてCSRの視点から、キヤノンMJグループにおける社会に対する使命や役割を深く考えました。私たちの存在意義を発揮しながら、サステナブルな社会を目指していくこと。それを我々の企業活動の根源にしっかりと置き、今年から「CSR経営」をさらに積極的に推進していくこととしました。それを具現化するため、事業活動を通じた社会課題の解決および社会価値の提供こそが、企業と社会の持続的な相乗発展に結びつくという考え方に基づき、「Business with CSR」というスローガンを掲げました。これをグループ全体に展開していきます。

約束し、それを守り続けること。ステークホルダーとのコミュニケーションが重要です。

お客さまの声をきちんと把握・分析し、商品・サービス、事業活動に反映していくということはとても大事なことです。キヤノンMJグループは、カスタマーサポート部門を中心に、日々たくさんの声をいただいております。「CSR報告書」や「情報セキュリティ報告書」などを広くステークホルダーに発信していくことは重要ですが、双方向コミュニケーションによって、しっかり聞いて、しっかりお約束をして守り続けていくことがとても大切なことだと考えています。最近では、私たちがこれまでCSR活動によって蓄積してきた知見やノウハウを、お客さまやパートナー企業に対して、本社部門による「無形資産活用セミナー」としてご紹介し、活用していただくことも積極的に行っています。私たちキヤノンMJグループは、これからも顧客や社会との接点における相互作用に留意しながら、時代が求める新しい価値創造につなげていきます。

“Beyond CANON”、“Beyond JAPAN”を意識し、グローバルな社会課題にも目を向けま

す。

キヤノン製品を日本国内で広めていくことは、私たちキヤノンMJグループの揺るぎない大きな役割ですが、マーケティング会社として、お客さまの幅広い、さまざまなニーズにきちんと応え続けていくという役割からすれば、キヤノンというくくりの中の商品、事業領域だけだとむずかしくなってきているのも事実です。私たち自身の事業の持続可能性を含め、“Beyond CANON”という発想を取り入れることとしました。また、日本というマーケットだけではなく、世界、特にアジア地域を意識したグローバルな視点を常にもっておくことも大事であり、“Beyond JAPAN”の視点も取り入れることとしました。社会の要請や課題についてもグローバルな視点で捉えていかなければなりませんので、国連グローバル・コンパクト、ISO26000などを有効活用し、グローバルな企業評価のモノサシによって、自社の活動を客観的に検証し直し、さらに充実・進化させていきたいと考えています。

基本的なCSRを徹底し、事業を通じた社会課題の解決や社会価値の提供をすることが、サステナブルな社会づくりにつながると考えています。

CSR活動は進化しており、「Business with CSR」を旗印に、本業を通じて新たなマーケットを創造し、新たな価値提供を目指していきますが、その大前提として、企業倫理・コンプライアンス、環境、情報セキュリティなど、「基本的なCSR」といわれる部分を一人ひとりが自主的・主体的に行っていく必要があります。この点については、2011年度に策定した「CSR行動計画」をもとに、その進展を把握し、着実に改善につなげることができていると思います。
冒頭、東日本大震災にも触れましたが、事業継続のためのリスク分散をはじめとする事業計画の見直し、自社ビルでの省電力対応のノウハウをパッケージ化した省エネオフィス支援ソリューションや、キヤノンMJグループ22社が利用するサーバーの仮想化により、消費電力量を大幅削減した事例をお客さまに提案することができています。
情報セキュリティ分野においては、DR（ディザスター・リカバリー＝災害時復旧）サイトの構築や今秋本格稼働するデータセンターの災害時の電力安定化、サイバーテロへの対策など、社会のニーズへの対応を自社で検証・実用化し、お客さまへ提供していきます。

こうしたCSR活動を担うのは従業員一人ひとりです。特に意識しなくてもCSRを実践している、というレベルに達するまでは、企業理念やミッション・ビジョンとともに繰り返し言い続け、「CSRマインド」を醸成していくことが重要です。
私たちキヤノンMJグループは、事業を通じて社会に恩恵をもたらし、企業も存在意義を発揮しながら、サステナブルな社会づくりを目指します。それによって、私たち企業グループと社会の持続的な相乗発展を実現し、結果として、企業価値・コーポレートブランドの向上につなげていきます。それが、私たちの「CSR経営」だと考えています。

Canon

キヤノンMJグループのCSR

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、「共生」の理念のもと、基本的なCSRを徹底した上で、事業を通じて社会に恩恵をもたらし、企業も存在意義を発揮しながら、サステナビリティを目指します。

CSRの考え方と方針、行動計画

CSRの考え方

- キヤノンMJグループが考える「 CSR経営」
- 「国連グローバル・コンパクト」への参加

CSR活動方針と推進体制

- CSR活動方針
- CSR推進体制

CSR行動計画｜テーマと目標

- CSR行動計画の4つのテーマ
- CSR行動計画の行動目標

CSR行動計画｜2011年の活動状況

- CSR行動計画の活動状況

Canon

キヤノンMJグループのCSRCSRの考え方

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、キヤノングループの一員として、また、ステークホルダーと多くの接点を持つ企業グループとして、CSR活動をマーケティングの視点でとらえ、従業員の全員参加で推進しています。

キヤノンMJグループが考える「CSR経営」

キヤノンMJグループは、「共生」の理念のもと、事業を通じて社会に恩恵をもたらし、企業も存在意義を発揮しながら、サステナブルな社会づくりを目指します。それにより、私たち企業グループと社会の持続的な相乗発展を実現し、結果として企業価値・コーポレートブランドの向上につなげていきます。そのために、「ガバナンス・コンプライアンス」※1 、「基本的なCSR」※2 を徹底した上で、「CSR活動は、マーケティングそのもの」という考え方のもと、「Business with CSR」をスローガンに掲げ、“サステナビリティ要素” ※3 を融合させた、製品・サービス、ソリューションを提供していきます。活動の基盤は、従業員一人ひとりが「三自の精神」※4 と「CSRマインド」※5 を備えることです。

※1　事業活動の土台。CSR活動を支える体制や基盤。

※2　国連グローバル・コンパクト、ISO26000、日本経団連・企業行動憲章などに留意した、健全な事業活動を営むための前提となる、人権、労働、環境、情報セキュリティなどの、ステークホルダーの要請に対応した必要不可欠なCSR活動。

※3　安心・安全／健康／環境保全／資源の有効活用／生物多様性／情報セキュリティ／労働安全衛生／高齢者対策／コミュニティ支援など

※4　自分が置かれている立場・役割・状況をよく認識し（自覚）、何事も自ら進んで積極的に行い（自発）、自分自身を管理する（自治）姿勢で、前向きに仕事に取り組むこと。

※5　従業員一人ひとりが、企業理念やミッション・ビジョン、自社らしさをしっかりと認識した上で、CSRを本質的・体系的に理解し、誇りと自覚をもって、その担い手として主体的・自発的に取り組む姿勢。組織風土の要となる。

キヤノングループ企業理念：共生

キヤノングループは、創立51年目にあたる1988年、「共生」を企業理念とし、世界中のステークホルダーの皆さまとともに歩んでいく姿勢を明確にしました。共生とは、文化、習慣、言語、民族などの違いを問わずに、すべての人類が末永く共に生き、共に働いて、幸せに暮らしていける社会を目指すものです。キヤノングループは、世界の繁栄と人類の幸福に貢献するためにサステナビリティを追求していきます。

ミッション・ビジョン（長期経営構想フェーズ II より）

キヤノンMJグループは、2011年1月に「長期経営構想フェーズ II」をスタートしました。「事業創造で新しい成長の道へ」をテーマに、次のミッションとビジョンを掲げています。

ミッション

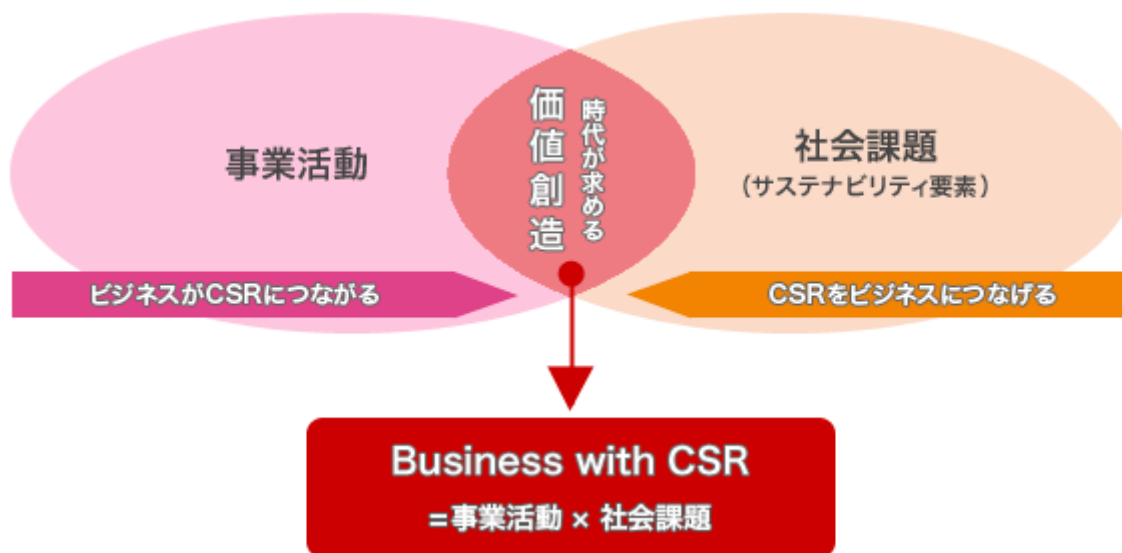
安心安全で豊かな「くらし、しごと、社会」の実現に向けてマーケティング・イノベーションを行い、最高の価値を提供する

ビジョン

CSR活動は、マーケティングそのもの

キヤノンMJグループでは、マーケティング・イノベーションを行い、めまぐるしく変化する社会のニーズや価値観を敏感かつ的確に読み取り、社会とともに「新しい価値」を提案し、「新しい市場」を創造していくことを目指しています。CSRの本質には、本業を通じて、変わりゆく世の中の要請や期待にきちんと応え、信頼や支持を獲得する、ということがありますので、CSR活動のキーコンセプトを「CSR活動は、マーケティングそのもの」として取り組んでいます。

Business with CSR ～時代が求める、新しい価値を創造するCSR活動

「CSR活動は、マーケティングそのもの」というキーコンセプトに基づき、現代社会における要請や期待といえる、“サステナビリティ要素”を融合させた、製品・サービス、ソリューションの提供を目指しています。
事業活動を通じた、社会課題の解決や社会価値の提供こそが、一過性や断続的ではなく、企業と社会の持続的な相乗発展に結びつくと考えています。キヤノンMJグループは、こうした時代が求める、新しい価値を創造するCSR活動を「Business with CSR」というスローガンのもとに展開していきます。

Business with CSR ～時代が求める、新しい価値を創造するCSR活動

ビジネスがCSRにつながる
いまのビジネス（製品やサービス、ソリューション）を、「社会が抱える課題を解決したい」という気持ちで、CSRにつなげていく志の高い気概を指しています。

CSRをビジネスにつなげる
事業とは別個にとらえたCSRではなく、CSRを本業に組み込んでいく、クリエイティブで戦略的な発想を表しています。

Business with CSR=事業活動×社会課題
サステナビリティ要素を融合させた、製品・サービス、ソリューションの提供を目指しています。

「国連グローバル・コンパクト」への参加

キヤノンMJは、国連が提唱する「人権・労働基準・環境・腐敗防止」に関する普遍的原則「国連グローバル・コンパクト」に署名しています。
企業の責任ある行動によってグローバルな課題の解決を目指すこの原則を、事業活動に反映させていくことで、持続可能でより良い社会の実現につなげていきます。

COP（Communication on Progress）の提出に関して

COP（Communication on Progress）とは、自社のProgress（改善・進捗）、すなわち、国連グローバル・コンパクトの原則をどのように実施し、どのような成果を得たかをステークホルダーに報告するレポートです。
キヤノンMJは、COPとして本報告書（CSR活動ウェブサイト）を提出しています。

「国連グローバル・コンパクト」のロゴマーク

「国連グローバル・コンパクト」の10原則

人権
企業は、

- 原則 1：国際的に宣言されている人権の保護を支持、尊重し、
- 原則 2：自らが人権侵害に加担しないよう確保すべきである。

労働基準
企業は、

- 原則 3：組合結成の自由と団体交渉の権利の実効的な承認を支持し、
- 原則 4：あらゆる形態の強制労働の撤廃を支持し、
- 原則 5：児童労働の実効的な廃止を支持し、
- 原則 6：雇用と職業における差別の撤廃を支持すべきである。

環境
企業は、

- 原則 7：環境上の課題に対する予防原則的アプローチを支持し、
- 原則 8：環境に関するより大きな責任を率先して引き受け、
- 原則 9：環境に優しい技術の開発と普及を奨励すべきである。

腐敗防止
企業は、

- 原則 10：強要と贈収賄を含むあらゆる形態の腐敗の防止に取り組むべきである。

Canon

キヤノンMJグループのCSRCSR活動方針と推進体制

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)では、CSR委員会が中心となってCSR活動の諸施策を定め、キヤノンMJ各部門・グループ各社が組織的に実行できる体制を整備しています。

CSR活動方針

キヤノンMJグループでは、「共生」の理念のもと、一段と明確な方向性を持ってCSR活動を推進するために、2009年8月、「キヤノンMJグループCSR活動方針」を制定しました。

キヤノンマーケティングジャパングループCSR活動方針

キヤノンMJグループでは、共生の理念のもと、その社会的責任をより良く果たし、持続的成長を続けるため、以下の方針に基づいた事業活動を行います。

方針

1. 社会の生産性を高め、人の暮らしを豊かにする価値を提供し続ける

- 商品・サービスを通じ、お客さまやお取引先のイノベーションをもたらすソリューションを提供する。
- サプライチェーン、バリューチェーン、カスタマーリレーションシップを改革・向上させる。
- 社会に貢献する新しい価値を創造する。

2. 地球温暖化対策、環境保全にあらゆる方法で取り組む

- 事業により直接に生じる環境負荷を最小化する。
- 事業を通じて、顧客・取引先を含む社会全体の環境負荷低減の最大化を目指した活動を行う。
- 未来の環境保全のために社会投資活動を積極的に行う。

3. ステークホルダーと協力し、安全・安心な社会づくりに取り組む

- 企業市民として常に誠実で適正な行動をとるために、意識啓発、知識教育、組織活動を推進する。
- 情報資産の有効活用と保護のため、情報セキュリティに関わる適切な対策を迅速・確実に実施する。また、情報セキュリティに関わる業務改善活動に各職場で継続して取り組み、顧客満足につながるよりセキュアな価値を提供する。
- BCMの取り組みを進め、取引先や地域社会をはじめとするステークホルダーとよく連携し、大災害や重大事件事故などの緊急事態に強い継続性のある社会を作る。
- お客さま、取引先、地域社会、NPO・NGOをはじめとする各ステークホルダーと協力し、社会の課題解決に実効性のある取り組みをする。

4. 自らの職場での、働く幸福を追求する

- 組織の目標と個人の目標を調和させ、成功へと向かうより高い動機づけを行う。それにより、困難へのチャレンジや変革への柔軟性に富んだ職場を作る。
- 健康と安全を保つ。
- 優れた決定や行動を導くために不可欠な、経験や情報の有効活用、学習、教育を行う。

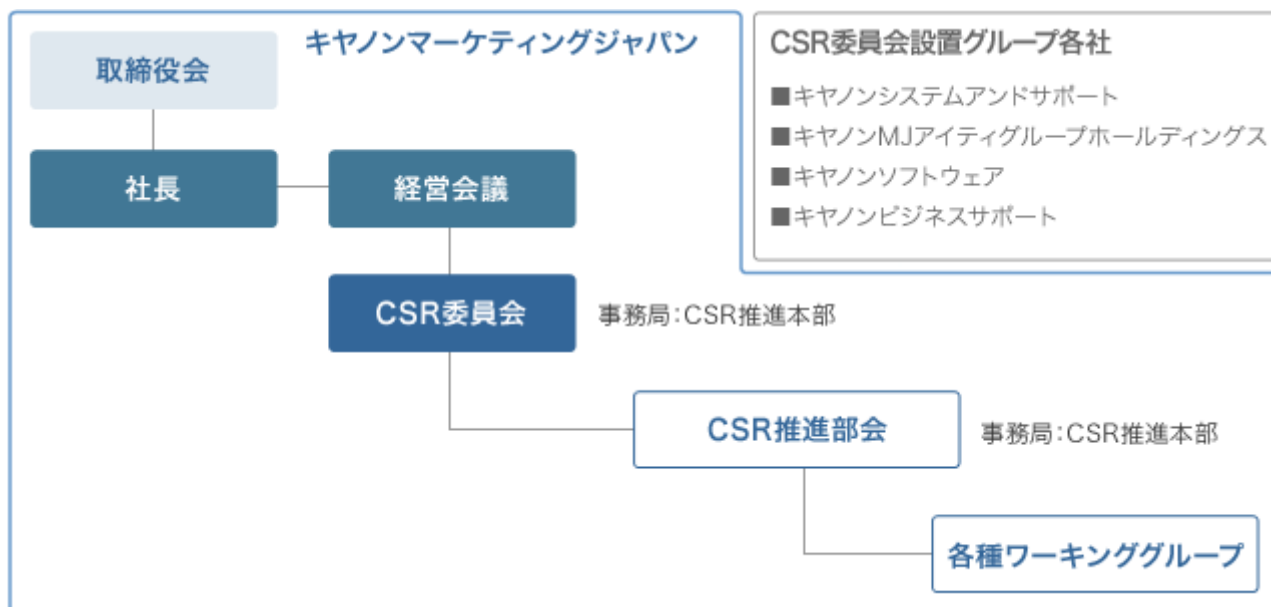
5. 人権を尊重する

- 人権の保護を支持、尊重し、人権侵害に加担しない。

制定日:2009年8月1日
キヤノンマーケティングジャパン株式会社
代表取締役社長

川崎 正己

CSR推進体制

キヤノンMJは、グループの社会的責任経営を強化するため「CSR委員会」を設置しています。
「CSR委員会」では、企業倫理・コンプライアンスの徹底、情報セキュリティガバナンスの強化、および環境対応の強化を中心に、諸施策を立案・決定しています。
また、それら諸施策は、キヤノンMJ各部門・グループ各社のCSR推進担当者を構成メンバーとする「CSR推進部会」を通じて、それぞれの組織で推進されています。

CSR推進体制図(2012年4月現在)

キヤノンMJ CSR委員会 構成メンバー

委員長	社長
副委員長	社長が指名
委員	全取締役 社長が指名するグループ会社社長 (キヤノンシステムアンドサポート、キヤノンMJアイティグループホールディングス、キヤノンITソリューションズ、キヤノンソフトウェア、キヤノンビジネスサポート) 社長が指名する者
オブザーバー	全監査役 監査室長
アドバイザー	当社顧問弁護士

CSR行動計画テーマと目標

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJ グループ)は、2011年度より「キヤノンMJグループ CSR行動計画」を定め、具体的な行動と目標を明文化して、社会的責任を果たすとともに、社会的価値を生み出すための取り組みを行っています。

CSR行動計画の4つのテーマ

「キヤノンMJグループ　CSR行動計画」は、「価値提供」「セキュアな社会」「人と『くらし、しごと、社会』」「環境との共存」の4つのテーマを意識して目標を設定しています。

キヤノンMJグループCSR行動計画(2011年～)

価値提供	セキュアな社会	人と「くらし、しごと、社会」	環境との共存

CSR行動計画の行動目標

「キヤノンMJグループ CSR行動計画」に設定している、取り組みと目標をご紹介します。

価値提供

本業による社会的課題解決

医療機器のラインアップを拡充します
成熟社会の医療サービスに役立つ検査・診断機器のラインアップを拡充し、システムの性能を強化します。在宅や災害医療現場での課題の解決と医療基盤整備を実現する商品サービスを提供します。

エネルギー消費を可視化するサービスを提供します
お客さまのエネルギー消費量の計測・可視化、省エネ制御やレポート作成など、環境経営を支援する総合サービスを2015 年までに構築します。

地域やNPOを関連づけた製品・サービスを提供します
地域密着型商品や、寄付付き商品、カーボンオフセット商品などを企画・販売し、コミュニティやNPOをバリューチェーンに関連づけます。2015 年までにベースとなるビジネスモデルを確立します。

品質

新・製品安全教育プログラムを実施します
キヤノンMJ 製品安全自主行動計画」に基づき、重点組織向けの製品安全教育プログラムを作成し、2012年までに実施を開始します。

品質管理レベルの向上を図ります
「品質・PL 委員会」が中心となって品質関連規程・ガイドラインを見直し、2012年までに新たな品質管理基準を適用します。

お客さまの声を製品・サービスにつなぐ新たなしくみをつくります
製販共同のプロジェクトにより、「お客さまの声」の収集分析、商品化や事業計画への反映、恒常的な改善のしくみをつくり、2013年までに主力商品について軌道にのせます。

知財の創出、活用

知的財産の取得を推進し知財ポートフォリオを構築します

特許出願件数を増加させ、知識社会においてお客さまや社会のニーズに応えるための知財ポートフォリオを構築します。

情報のユーザビリティー

ポータルサービスによる情報配信を拡大します
「キヤノンお知らせメッセンジャー」「CANON IMAGE GATEWAY」「キヤノンフォトサークル」の利用者拡大とサービス連携を推進していきます。

ウェブサイト(canon.jp)をJIS X8341-3:2010に準拠させます
2013年までに、適合対象ページを「JIS X8341-3:2010」に準拠した仕様にリニューアルし、アクセシビリティーを向上させます。

バリューチェーンネットワーク

お取引先やお客さまのバリューチェーンをつなげます
ユーザー会やパートナー会を通じて、お取引先やお客さま同士のバリューチェーンネットワークの形成を支援します。

「本社部門・無形資産活用セミナー」を開催します
キヤノンMJのノウハウを紹介する「本社部門・無形資産活用セミナー」をお客さまやお取引先を対象に開催し、お取引先やお客さまのバリューチェーンの強化を支援します。3年間で150回を目標とします。

コミュニケーション

写真文化を体験する参加型コミュニケーションを推進します
写真の楽しさや喜びを体験していただける、撮影会・トークショー・セミナーなど参加型の催しを多数企画していきます。体験や交流を写真文化の高揚につなげます。

セキュアな社会

CSR調達

CSR調達ガイドラインへの協力を取引先に要請します
2012 年までに主要サプライヤーにCSR調達ガイドラインへの協力要請を完了し、取り組み状況を把握して、結果に基づいた是正・支援活動を適切に行うことができる体制を整えます。

BCM

首都直下地震と新型インフルエンザ対応のBCPを強化します
首都直下地震および新型インフルエンザ対応のBCP を、訓練などを通じたPDCAサイクルにより改善・強化し、ISO規格(2012年規格化予定)取得レベルの危機管理体制をつくります。

DRP(Disaster Recovery Plan)を策定します
2012 年までに、ディザスター・リカバリー・プラン(DRP)を策定します。

情報セキュリティ

ISMSとPMSの推進と運用の効率化を進めます
情報セキュリティ成熟度の向上のため情報セキュリティマネジメントの均質化の手段としてISMSとPMSのグループ展開を図ります。また、グループ統合化により運用の効率化を図ります。

情報セキュリティ対策を最適化します
グループ共通のベースライン対策と事業特性に応じた対策の双方の最適化を行います。また人的セキュリティの向上のための教育にも取り組みます。

コンプライアンス

多面的なコンプライアンス教育・啓発活動を継続します

メールマガジンによる情報配信や、研修教育、コンプライアンス意識調査の実施など、多面的な活動を継続的に実施して、従業員のコンプライアンス意識・知識を強化します。

職場ごとのコンプライアンス・ミーティングを、すべての部門で実施します
各職場が主体のコンプライアンス・ミーティングを年2 回、すべての課で実施します。現場の業務に呼応したコンプライアンスリスク対策を継続して話し合い、職場のコンプライアンスリスク対策の基盤を固めます。

救急救命

延べ3万人以上にAED による心肺蘇生法の講習をします
AEDを拡販するとともに、全国各地でAED による心肺蘇生法の講習会を実施し、AEDによる救急救命法を広く普及させます。2010～2012年の講習受講者数として、延べ3万人以上を目標とします。

人と「くらし、しごと、社会」

サステナブル人材の育成

参加体験型教育プログラムによる社会教育を実施します
参加体験型教育プログラムを導入し、社会的課題を理解し仕事に活かすサステナブルな人材を育成します。
2014年まで ※ に重要な個別テーマについて、組織的な取り組みを実践できる人員数にします。

※ 2011年7月に、それまでの「2013 年まで」を「2014 年まで」に変更しました。

環境との共存

事業と環境のバランス

事業活動におけるエネルギー使用量・CO_2排出量を削減します
社員の環境意識を喚起し、オフィス内や社有車利用における環境配慮の行動を定着させます。また、輸送・梱包の省資源化を進め、物流に関わるエネルギー消費を削減します。

お客さまのCO_2排出量を年間10万トン削減します
省エネデバイスやITS商品をお客さまにお使いいただくことにより、お客さまのCO_2排出量を削減します。

環境ボランティア活動に、延べ3,000人が参加します
従業員をはじめ、お客さま・お取引先など外部のステークホルダーもともに参加するボランティア活動を継続して展開します。2010～2012 年に延べ3,000人以上の参加を目指します。

2012年までに純正PPC用紙を森林認証紙に切り替えます
生物に由来する商品について、自然保護関連商品の優先調達を拡大し、生物多様性の保全に貢献します。

2012年の再資源化率99.5％以上を維持します
回収した使用済み商品の再資源化と有効利用の推進により、資源の開発に伴う環境破壊のリスクを低減し、生物多様性の保全に貢献します。

CSR行動計画2011年の活動状況

4つのテーマに対し、26項目の計画を策定し、活動を行いました。

CSR行動計画の活動状況

2011年度における目標の達成度 ※ と活動状況、今後の活動計画を、取り組み項目別にご報告します。

※「目標の達成度」の表記は、「目標以上」を◎、「目標通り」を○、「目標未達」を△で表しています。

一覧表(印刷用PDF)は下記よりダウンロードできます。

- 一覧表(印刷用PDF) のダウンロード[184KB]

価値提供

本業による社会的課題解決

取り組み項目	目標の達成度	2011年の活動	今後の活動計画
医療機器のラインアップを拡充します	△	低光量での撮影を可能にした無散瞳眼底カメラ や、ワイヤレスの医療用X線デジタル撮影装置など、被検者の負担の軽減や操作性に配慮した製品6機種をラインアップに追加しました。また、M&A により、開発と販売の機能を強化しました。	グループ企業間のシナジーを発揮し、新たな価値提供に取り組みます。
エネルギー消費を可視化するサービスを提供します	○	スペシャルサイト「GreenNavi」の「ITソリューション編」のコンテンツを拡充し、お客さまがCO_2排出量削減の効果をシミュレーションできる対象を広げました。	「GreenNavi」のコンテンツを拡充し、見える化を進めます。詳細な省エネ効果把握ツールの提供や環境経営支援を強化します。
地域やNPOを関連づけた製品・サービスを提供します	◎	連携団体を10団体追加し、合計20団体と連携しました。 使用済みカートリッジの回収数やOA用紙の販売数に応じて自然保護活動団体に寄付をしている既存の事業連携モデルを拡張し、新たに東日本大震災の被災地支援団体を連携先に加えて、それらの団体への寄付を開始しました。	連携団体の拡大と、新たな事業連携モデルの開発を進めます。

品質

取り組み項目	目標の達成度	2011年の活動	今後の活動計画
新・製品安全教育プログラムを実施します	○	製品安全の基礎理解を目的に、商品化部門向けに講習会を企画し実施しました。	継続して実施し、また、ウェブ教育やプログラムのバリエーションを検討します。

取り組み項目	目標の達成度	2011年の活動	今後の活動計画
品質管理レベルの向上を図ります	○	キヤノンMJ独自企画のキヤノン商標付き商品・サービス・ソリューションについて、環境対応・品質確保に加え、環境・品質のマネジメント体制の構築を義務付ける社内規程を制定しました。	グループ各社において同様の規程の制定を進めます。
お客さまの声を製品・サービスにつなぐ新たなしくみをつくります	○	新たなしくみの確立に向けたプロジェクトの計画策定・組織化を行い、計画通り活動を開始しました。	2013年中のしくみの完成を目指します。

知財の創出、活用

取り組み項目	目標の達成度	2011年の活動	今後の活動計画
知的財産の取得を推進し知財ポートフォリオを構築します	◎	目標件数を大きく上回る特許出願を達成しました。	引き続き毎年の特許出願件数の計画的な増加を目指します。

情報のユーザビリティー

取り組み項目	目標の達成度	2011年の活動	今後の活動計画
ポータルサービスによる情報配信を拡大します	○	お客さまとの接点となるポータルサービスを充実し、お客さまの利便性の向上に努めました。	継続してポータルサービス向上を推進します。
ウェブサイト(canon.jp)をJISX8341-3:2010に準拠させます	△	対象を特定して適合試験を実施し、2011年12月27日に達成基準の等級A(シングルエー)に一部準拠を宣言しました。	適合化のために構築したルールやツールを用いて、基本情報を提供するページを対象に、さらにJIS準拠を進めます。

バリューチェーンネットワーク

取り組み項目	目標の達成度	2011年の活動	今後の活動計画
お取引先やお客さまのバリューチェーンをつなげます	○	各地域単位でのパートナー会やエグゼクティブ向けセミナーを開催し、また、全国パートナー会を実施するなど、企業の経営層のネットワーク形成を促進しました。	引き続き、お取引先やお客さま同士のネットワーク形成を支援します。
「本社部門・無形資産活用セミナー」を開催します	◎	BCP、節電、CSRテーマを中心に、約60回実施しました。	2011年末にウェブサイト(canon.jp)内でスタートさせた「CSR ナビ」コンテンツとあわせて、お客さまやお取引先へのCSR 活動情報の提供を進めます。

コミュニケーション

取り組み項目	目標の達成度	2011年の活動	今後の活動計画
写真文化を体験する参加型コミュニケーションを推進します	◎	大撮影会の撮影コースに初心者やファミリーに楽しんでいただけるコースを追加しました。また、参加費相当額を震災復興支援金として寄付しました。	魅力あるコースを追求していきます。

セキュアな社会

CSR 調達

取り組み項目	目標の達成度	2011年の活動	今後の活動計画
CSR調達ガイドラインへの協力を取引先に要請します	○	内外の既存データによるCSR活動状況の調査を主要サプライヤーに実施しました。	オリジナルな調査の実施、実態に即した働きかけやコミュニケーションを推進します。

BCM

取り組み項目	目標の達成度	2011年の活動	今後の活動計画
首都直下地震と新型インフルエンザ対応のBCPを強化します	◎	すべてのBCP(30計画)について「訓練・評価・見直し・修正」を実施しました。 耐震対策および防災備蓄品のグループ統一基準を作成しました。	PDCAを継続します。新グループ会社への統一施策を実施します。
DRP(Disaster Recovery Plan)を策定します	◎	災害時に予備の基幹システムを稼働させるバックアップサイトの構築を予定通り進めました。体制・運用面の見直しをしました。	インフラの構築を完了し、体制・運用面を整え、IT関連のBCP基本方針書3種の見直しを行います。

情報セキュリティ

取り組み項目	目標の達成度	2011年の活動	今後の活動計画
ISMSとPMSの推進と運用の効率化を進めます	◎	ISMS認証をグループ8社から18社に拡大して統合認証を完了しました。 プライバシーマークについては、グループ各社の事業に応じた効果的な活用方法を検討して、継続推進しました。	継続的改善により、マネジメントシステムの成熟度向上に取り組みます。
情報セキュリティ対策を最適化します	○	リスク分析および管理策の有効性評価に基づく物理・ITセキュリティの強化策を実施しました。 全グループ社員教育、階層別教	新たな脅威を踏まえたグループ共通対策と、事業特性に応じた対策の最適化に取り組みます。

取り組み項目	目標の達成度	2011年の活動	今後の活動計画
		育、専門教育を実施しました。	

コンプライアンス

取り組み項目	目標の達成度	2011年の活動	今後の活動計画
多面的なコンプライアンス教育・啓発活動を継続します	○	計画通り、全グループ社員向けに、情報配信、ウェブ教育、階層別教育、コンプライアンス意識調査を実施しました。	新たな研修教育を企画・実施します。
職場ごとのコンプライアンス・ミーティングを、すべての部門で実施します	○	ほぼ全部門で実施しました。	継続して実施し、リスク対策に取り組みます。

救急救命

取り組み項目	目標の達成度	2011年の活動	今後の活動計画
延べ3万人以上にAEDによる心肺蘇生法の講習をします	◎	2010年からの累計で約29,000人に実施しました。	延べ4万人を目指します。

人と「くらし、しごと、社会」

サステナブル人材の育成

取り組み項目	目標の達成度	2011年の活動	今後の活動計画
参加体験型教育プログラムによる社会教育を実施します	△	東日本大震災により、開始と終了を1年延期しました。	2012年は企画、実施計画作成に取り組みます。

環境との共存

事業と環境のバランス

取り組み項目	目標の達成度	2011年の活動	今後の活動計画
事業活動におけるエネルギー使用量・CO_2排出量を削減します	◎	前年比で7%削減しました。 社有車両の削減、本社ビルのエネルギー使用状況の見える化、空調や照明による細かなエネルギー運用管理を実施しました。	「キヤノンMJグループ節電委員会」により節電活動を推進します。新たなグループ会社のエネルギー使用状況を把握します。
お客さまのCO_2排出量を年間10万t	◎	削減推定10.6万t。EMS目標に反映して取り組みました。	ITソリューションに関して、GreenNaviを通じて、お客さまに環

取り組み項目	目標の達成度	2011年の活動	今後の活動計画
削減します		GreenNaviの「ITソリューション編」を拡充し、お客さまへの見える化を推進しました。	境負荷削減効果をさらにお伝えします。
環境ボランティア活動に、延べ3,000人が参加します	△	2011年参加者数約730名。お取引先や関連グループからの参加のしくみをつくりました。 活動フィールドを14ヵ所に拡大しました。	活動フィールドをさらに拡大し、お客さま参加のスキームを整備します。
2012年までに純正PPC用紙を森林認証紙に切り替えます	◎	キヤノンロゴ付きのOA用紙3シリーズすべての切替を完了しました。	お客さまやお取引先が選択基準として「森林認証」を十分に活用できるよう、ホームページや取引サイトの商品情報を更新します。
2012年の再資源化率99.5%以上を維持します	◎	リサイクル率99.6%を達成しました。	引き続き、リユース施策を推進します。

Canon

特集

省電力でセキュアなITネットワークを構築

省電力でセキュアなITネットワーク環境を実現する最新のクラウドコンピューティング技術の導入・運用を行うなど、ITソリューションサービスの分野で貢献しています。

「防災用高所カメラシステム」で地域の防災対策に貢献

地震・津波、火災など災害時の状況をいち早く把握できる「防災用高所カメラシステム」の導入を通じて、安心安全な社会基盤の構築に貢献しています。

半導体製造業界にグローバルな視点で貢献

微細化・高集積化が加速する「半導体製造業界」の高度な技術水準にお応えするため、優れた技術力を有する海外企業との連携を強化するなど、グローバルな視点から専門性の高いビジネスを支えています。

フォトライフを楽しく豊かに

カメラの使い方やテクニックを学ぶ「EOS学園」や、仲間と交流しながら写真の魅力を分かち合える会員制コミュニティの「フォトサークル」など、フォトライフを楽しく豊かにするためのさまざまな活動を行っています。

Canon

特集省電力でセキュアなITネットワークを構築

近年、さまざまな経営課題を解決する手段の1つとして、産業界を中心に「クラウドコンピューティング」の導入が進んでいます。この動きは、大学業界でも注目されており、キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、東京電機大学の情報インフラストラクチャー再構築に、このクラウドコンピューティングの構築・運用で応え、省電力でセキュアな環境づくりに貢献しました。

社会との共生を目指す東京電機大学のネットワークインフラを構築

都市型キャンパスの未来形を指向した東京電機大学

2007年に創立100年を迎えた東京電機大学（以下TDU）は、学園創立100周年記念事業の中核事業として、2012年4月、北千住駅東口に「東京千住キャンパス」を開設しました。
このキャンパスは、TDUの中核キャンパスとして、ユニバーサルデザインの採用、柵などを設けないオープン&セキュアな環境、最先端の技術による省CO_2エコキャンパスの実現、大規模な緑化、防災機能の充実など、都市型キャンパスの未来形を指向して設計されました。また、創業間もない起業家が格安で入居できる施設として創業支援施設「かけはし」を足立区と協力して開設したり、教職を志す学生が、都立足立高等学校の「土曜補習講座」に指導員として協力するなど、地域に開かれたキャンパスを目指しています。

TDU東京千住キャンパス

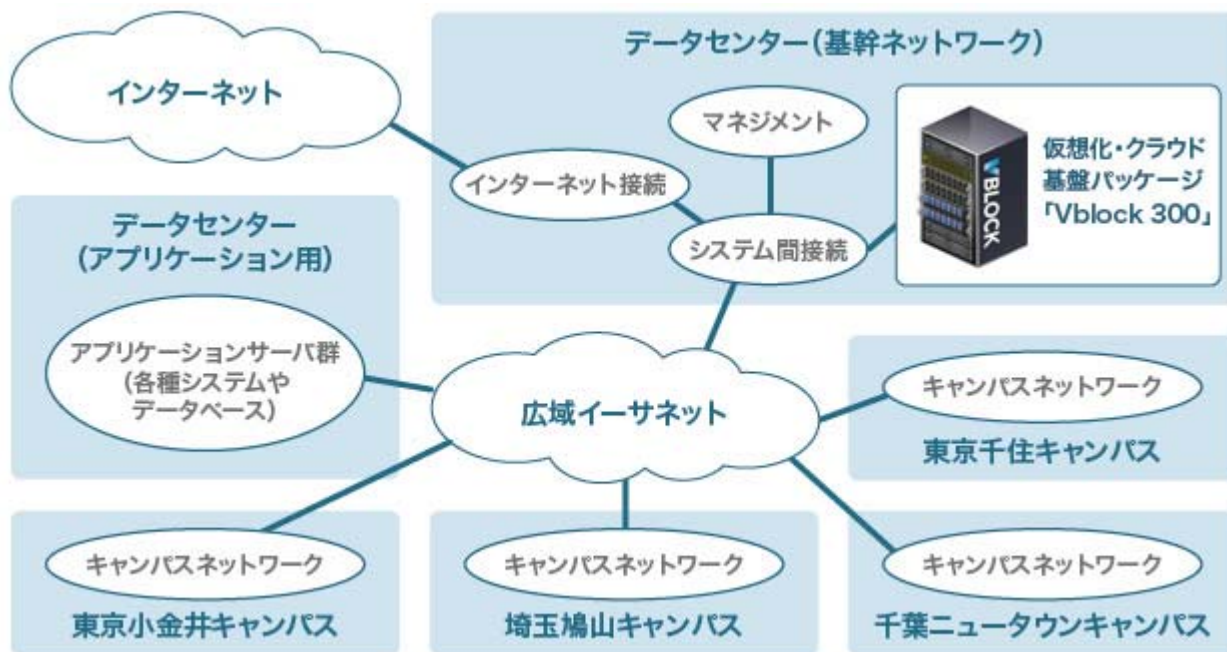
重要なインフラとしてのITネットワーク環境

この新しい形のキャンパスを支える上で重要なインフラは、電気・ガス・水道などのライフラインはもちろんですが、これらを効率的にコントロールし、省エネルギーに結び付けるためのITネットワーク環境でした。また、TDUでは、東京千住キャンパス移転と同時に、埼玉鳩山キャンパス、千葉ニュータウンキャンパス、東京小金井キャンパスの中学校・高等学校を含む学園全体のITネットワーク環境の更新を進める計画がありました。
TDUにとっては、各キャンパスの学生・生徒・教職員が利用するパソコンや各種サーバーなどが接続するITネットワーク環境全体を、安定した使いやすいものにすることが大きな課題になりました。

キャンパス内でネットワークを利用する学生たち

サーバー消費電力を約65%削減し、省CO_2エコキャンパス実現に貢献

さらにTDUでは、省CO_2エコキャンパスの実現、セキュアなIT環境の構築をシステム要件に挙げました。これらの要件に対して、キヤノンMJグループのキヤノンITソリューションズは、ITネットワーク環境の構築、アプリケーションを含めたシステム全体の移行とプロジェクト管理など、中核的な役割を担いました。
具体的には、基幹ネットワークのICT（Information Communication Technology）基盤に、仮想化・クラウド基盤パッケージ「Vblock 300」によるプライベートクラウド環境を構築しました。「Vblock 300」とは、クラウドコンピューティングの実現に必要な最新のテクノロジーを組み合せたオールインワンのパッケージ・ソリューションです。従来から全学生・教職員向けに提供されていたICT基盤である「メールシステム」「メールセキュリティシステム」「学内のウェブシステム」「ウェブファイルシステム」「ネットワークセキュリティ」「ネットワーク認証システム」「マネジメントシステム」「バックアップシステム」「無線LANコントロール」を、Vblock 300に移行しました。
ICT基盤をVblock 300へ移行したことに伴い、複数台のサーバーが集約された結果、従来のサーバースペースを75%削減、消費電力は従来比で約65%の削減を見込んでいます。これはTDUが取り組む「省CO2エコキャンパス」の実現にも寄与する

ものです。また、Vblock 300専用の統合管理ツールにより、システム管理者の負担となっていたセキュリティなどの統合管理と一括運用を実現しました。

「Vblock 300」導入後のシステム概念図

今後TDUでは、Vblock 300によるプライベートクラウド環境に、各部門・学科で独自運営されているキャンパス内のサーバーを集約したり、各キャンパスのサーバー・ネットワークも統合し、学園全体で電力・CO_2の削減を進めていきます。
今後もキヤノンITソリューションズは、ITソリューションサービスの導入を通じて、地域と共生する大学、地域の情報コミュニケーションインフラとしての大学、また産業発展の経済的なインフラでもある大学のインフラ構築に貢献していきます。

お客さまの声―さまざまな業界で培ってきたノウハウを踏まえた提案に安心感

大学という業界は、横並びの意識が強いと感じています。そのため、なにかと同じしくみを導入することで安心する傾向があり、IT環境についても同様です。TDUの情報インフラストラクチャーの刷新に際し、キヤノンITソリューションズは、大学に限らないさまざまな業界で培ってきたノウハウを踏まえたソリューションで応えていただきました。例えば、多様な提案や導入時のプロジェクト管理、導入作業の綿密さ、安易な妥協をしない姿勢といった点が、目を見張りました。学園全体のネットワーク再構築という大きな案件にもかかわらず、無事に稼働できたことに感謝しています。そういう信頼感、いざというときの対応力を含めた安心感がキヤノンITソリューションズにはあります。ICT基盤は常に進化していかなければなりません。今はこれでよくても、数年後は、このままでよいはずはないのです。今後も、大学だから…ということではない、幅広い知見を踏まえた革新的で魅力ある提案を期待しています。

学校法人東京電機大学
総合メディアセンター 事務部長
佐藤龍さん(右)
同　企画・推進／運用担当　課長
高橋陽子さん(左)

Canon

特集「防災用高所カメラシステム」で地域の防災対策に貢献

近年、地震・津波、火災など災害時の状況をいち早く把握できるしくみとして、「防災用高所カメラシステム」を導入する動きが、地方自治体を中心に広まっています。
キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、川崎市が推進している防災施設整備事業の一環として、このシステムを導入するなど、安心安全な社会基盤の構築に、事業を通じて貢献しています。

確かな映像技術と豊富な導入実績で、地域防災の要となる画像情報システム構築

災害時の情報収集精度を向上するために

多摩川を挟んで北側に東京都区部に接する川崎市は、人口1,436,368人、世帯数にして671,560世帯（2012年5月1日現在）を有する政令指定都市です。
東は東京湾沿いに京浜工業地帯が広がり、その一方、西は多摩丘陵地帯に広大な緑が広がるなど、さまざまな表情をもっています。
川崎市では、新総合計画「川崎再生フロンティアプラン」第3期実行計画（2011年3月策定）のもと、“誰もがいきいきと心豊かに暮らせる持続可能な市民都市かわさき”を目指し、各種施策を推進しています。その施策の1つとして防災施設整備事業を挙げており、災害情報カメラの更新に向けた検討が始められました。川崎市からは、危機管理・防災対策上の重要性から災害時の情報収集精度を向上することを目的に、主に4つの条件が求められました。

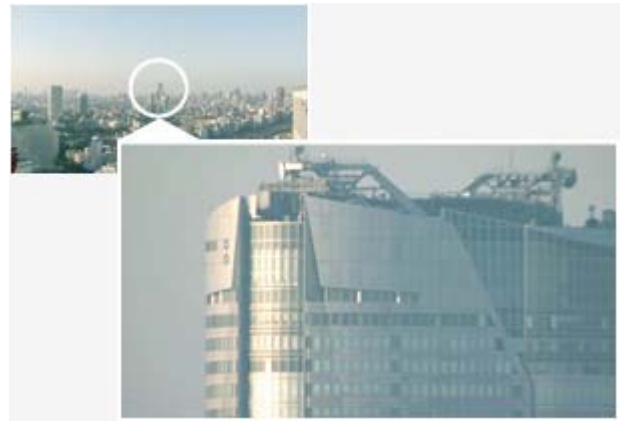
- 災害時に遠くまで状況確認が可能な高倍率光学レンズを備えていること
- 風などで生じる映像のブレを補正するための光学式防振機構を備えていること
- 鮮明なデジタルハイビジョン映像を実現できること
- 既存の総合防災情報システムと連携が取れること

ハイビジョン情報カメラ

放送局に導入したノウハウを活かした「防災用高所カメラシステム」

キヤノンMJグループは、多くの放送局に導入している高所デジタルハイビジョンカメラのノウハウを活かして、これらの条件にお応えしました。例えば、高所に設置されるカメラは、強い風雨、直射日光などの厳しい気候条件への耐久性が求められます。また、地震や風による揺れからくる画面酔い（画面を見ていると船酔いと同じように酔ってしまう）を防ぐため、キヤノン独自の防振機能を備えたものを導入しました。
さらに、このカメラシステムは、既存の総合防災情報システムにつながる他社製カメラシステムと違和感のない操作性が求められたことから、キヤノン（株）と連携して、既存システムに準拠したカスタマイズを行い、スムーズな操作感を実

現しました。
今回設置したカメラシステムの映像情報の一部は、国へも同時に伝送されています。このほか、神奈川県や横浜市とは情報伝達の協定を締結し、映像情報を相互に提供し、災害時の人の動きや道路・交通機関の状況の把握などにも役立てる試みが行われています。今後は、災害時の情報ネットワークを通じた映像情報のやり取りが、さらに活発になることが見込まれています。
今後もキヤノンMJグループは、行政機関や地方自治体などへの「防災用高所カメラシステム」の導入を通じて、人の生命や暮らしを守り、社会に安心安全をもたらせるよう、取り組んでいきます。

川崎市庁舎内の災害対策本部室

4km先のビル屋上も鮮明に
（キヤノンMJ本社ビルから同型カメラで撮影）

お客さまの声—映像情報は、被害状況の正確な把握と迅速な意思決定に重要

ひとたび災害が起これば、有線の電話も携帯電話もつながりにくくなってしまいます。そうした中で、どの地域がどういう状況にあるかを把握できる映像情報は、非常に大きな意味を持ちます。例えば、火災の発生や建物の倒壊状況がわかる、もしかすると、建物の屋上で救援を求めて手を振っている人がわかるかもしれません。つまり、ひと目見るだけで格段に多い情報量を得られるのがメリットです。被害状況の正確な把握は、迅速な意思決定につながりますから、高精細画像を撮影できるカメラは、危機管理室にとって欠かせません。
川崎市では、市の災害情報を早期に把握できるような施策を進めています。今後、カメラなどの機器やそれをコントロールするシステムなども進化していくでしょうし、映像情報の解析手法の開発なども進むでしょう。キヤノンMJグループには、正確な災害情報を把握することで、市民の生命、身体および財産を保護し、災害による被害の軽減を図るための、さらなる提案を期待しています。

川崎市 総務局 危機管理室
情報担当 課長補佐
荒木孝之さん（左）
同　情報担当
福井昇さん（右）

Canon

特集半導体製造業界にグローバルな視点で貢献

微細化・高集積化が加速する「半導体製造業界」において、キヤノンマーケティングジャパン(以下、キヤノンMJ)は、お客さまの高度な要求にお応えするために、優れた技術力を有する世界企業との連携を強化。製品の開発やサポート体制をお客さまごとに整え、グローバルな視点から専門性の高いビジネスを支えています。

便利で豊かな生活を支える半導体製造業界を技術商社としてサポート

グローバルな視点で半導体製造業界にソリューションを提供

半導体は、パソコン・携帯電話・テレビなどの電化製品、自動車や航空機など、あらゆる分野に使われ、私たちの便利で豊かな生活を支えています。その供給を担う半導体製造業界は、市場の好不調の変化の激しい業界として知られています。昨今は、より人件費の安い海外への工場移転、完成品率を高く保つ歩留まり向上の取り組みなど、コスト削減が限界に近づいている一方で、微細化・高集積化が加速し、「小ロット」「多品種」「短納期化」など多様な対応が求められています。
キヤノンMJは、このように変化の激しい半導体製造業界の高度な要求に応えるために、キヤノン製品以外の国内外の他社製品を含めてご提案できるよう、グローバルな視点でマーケティング活動を行っています。特に海外企業とは、20年以上も前から連携し、今では世界6ヵ国15社の製品を、半導体製造業界のお客さまのニーズに合わせてご提供しています。

キヤノンMJ産業機器販売事業部の取り扱い製品群

例えば、日本のお客さまに納入する場合、調達条件として、ISO9001(品質マネジメントシステム)、ISO14001(環境マネジメントシステム)、OHSAS18001(労働安全衛生マネジメントシステム)などの国際規格を認証取得していることや、お客さま個別の仕様、納期の厳守、書類の整備など、非常にきめ細やかな対応が求められます。キヤノンMJは、これらの条件に加えて、ローコストを実現する物流のしくみづくりや柔軟な仕様変更への対応など、お客さまの価値向上につながるソリューションを提供しています。

韓国GemVax&KAEL社製ケミカルフィルターで、環境負荷低減に貢献

ナノ(10億分の1メートル)レベルの超微細化が要求される半導体製造業界において、製造現場の環境をよりクリーンにすること、つまり品質の命取りになる塵や化学物質を高精度に除去することは大命題です。とりわけ工場内に外気を取り込む空調設備や、半導体製造機器に組み込む空調装置を適正に機能させせることが求められます。
キヤノンMJは、この命題に対して、韓国GemVax&KAEL社製のケミカルフィルターで応えています。ケミカルフィルターとは、空気中に微量に存在するアンモニアや酸、オゾン、VOC(揮発性有機化合物)などの分子状汚染物質を高精度に除去する機能材です。

この除去性能に加えて、お客さまの使用用途に合わせた最適な通風設計を行うことにより、空調設備・装置にかかる圧力負荷を大幅に低減しています。その結果、電力消費を抑えた運転が可能となるとともに、空調設備・装置の長寿命化にも貢献しています。さらに、吸着剤を豊富に使用し、従来品に比べ大幅な長寿命化を実現。それに伴い、ケミカルフィルターの交換頻度を低減し、廃棄物の減量にもつながっています。この製品は、GemVax&KAEL社の絶え間ない吸着剤の研究開発や配合技術の向上を通じて、今後も一層の長寿命化に寄与することが期待されます。

ケミカルフィルターの製品群

米国RAVE社製Rhazer™で、環境負荷低減、作業員の安全衛生の確保に貢献

半導体の超微細化・高集積化が加速する中、90ナノメートル(ナノは10億分の1メートル)以下の微細プロセスにおいて発生するレチクル・ヘイズと呼ばれる異物が、歩留まりを低下させる新たな原因物質となっています。従来、この異物を取り除くためには、液体の化学物質などを用いて洗浄していましたが、作業員の安全性確保や、化学物質の廃棄・洗浄後の排水の問題など環境に与える負荷が課題となっていました。
キヤノンMJは、この課題に対して、レチクル・ヘイズ除去装置Rhazer™(米国RAVE社製)で応えています。この製品は、レーザー照射による熱分解反応を用いてレチクル・ヘイズを消散させてしまう画期的な装置です。この製品は、液体の化学物質などを用いる洗浄工程が不要となることから、環境負荷を低減するとともに、作業員の安全衛生の確保にも寄与しています。

レチクル・ヘイズ除去装置Rhazer™

担当者の声—半導体製造業界の"橋渡し役"となり、豊かな社会の実現に貢献したい

日本の半導体製造業界のお客さまに採用いただくためには、ISOやOHSASなどの国際規格の認証取得はもちろんのこと、お客さまの労働安全衛生基準、環境に配慮した材質の選定基準、省電力設計など、日本ならではの高いレベルに応えることが求められます。
私たちは、これらを調達先企業に丁寧に伝え、標準仕様からの設計変更をお願いするなど、お客さまニーズに一つずつお応えしています。その一方、日本のお客さまには、"海外の文化・慣習"をお伝えすることを心がけています。つまり、私たちは、日本、海外双方の文化・慣習の違いを相互に理解してもらった上で、海外製品を日本のお客さまに使ってもらうための"橋渡し役を担っている"ことを自覚し、取り組んでいます。
キヤノンMJは、技術商社として、半導体製造業界への海外製品の提案を一層拡大していきます。海外製品の導入や技術サポートを通じて、その先にいるエンドユーザーの豊かな社会の実現に貢献ができればと考えています。

キヤノンMJ
産業・医療機器新規事業企画室
ニュープロダクト開拓課
課長　町井清訓(中)
産業機器販売事業部
プロセス機器技術部

技術第一課
主任　甲斐誠一（左）
産業機器販売事業部
プロセス機器技術部
技術第二課
敷波智（右）

特集フォトライフを楽しく豊かに

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、カメラの使い方やテクニックを学ぶ「EOS学園」や、仲間と写真の魅力を分かち合える会員制コミュニティ「フォトサークル」など、フォトライフを楽しく豊かにするためのさまざまな活動を行っています。

プロの写真家から撮影テクニックを学び上達する喜びを知る「EOS学園」

カメラの使い方やテクニックを楽しく学ぶことを通じて、より多くの方に上達する喜びを知っていただくために、写真スクール「EOS学園」を運営しています。EOS学園では、写真を基礎からじっくり学べる「撮影テクニック講座」をはじめとして、お持ちのカメラの使い方をレクチャーする「使い方講座」、じっくり学ぶ時間のない方に向けた「1日集中講座」、撮影テーマ別に多彩なコースをそろえた「テーマ別講座」など、お客さまのニーズに合わせた幅広い講座を用意しています。

講師には、各ジャンルに精通した50名を超えるプロ写真家を起用。旅行や子育てなどの大切な思い出を写真で残したいといったカメラ初心者の方から、鉄道写真や航空写真を趣味としているベテランの方まで、それぞれに必要なスキルを身につけてもっと写真を楽しみたい方をサポートしています。
2011年には、東京・大阪・名古屋の常設3校に加え、北海道・中国・四国・九州地区で地域別講座を開催し、合わせて約11,000名の方々が受講されました。今後も「写真を上手に撮りたい、きれいに印刷したい」といったお客さまの思いに応え、豊かなフォトライフに貢献していきます。

EOS学園「デジタルカメラの使い方講座」

受講生の声

日常の中に新しい発見があります

EOS学園に通いはじめてから、近所を散歩するときもカメラを持って出かけるようになりました。
「見慣れた公園も四季折々でいろいろな表情を見せてくれる」そんなふうに感じるようになったのは、たぶん写真を撮りはじめてから。
これからも、お世話になっている講師のアドバイスをしっかり聞いて「心に響いた瞬間や風景」を、楽しみながら撮り続けていきたいと思っています。

柳 博子さん

仲間の存在が励みになっています

EOSを購入してからずっと全自動モードで使っていましたが「もっと思い通りの写真を撮りたい」と思い、入学しました。クラスの仲間も同じレベルで、講師もわかりやすく教えてくださるので、とても励みになります。まだまだ勉強中ですが、何気ない生活の中の一瞬を、これからも撮り続けていきたいです。

福原 正史さん

EOS学園は多様な価値観に触れられる場所

EOS学園に通っていていつも新鮮に思うことは、同じ場所で撮影したはずなのにクラスのみんながそれぞれ違った写真を撮っていること。いろんな視点や価値観に触れられることができ、独学では得ることができない、とても貴重な時間です。いまではク

ラスの仲間と外出して撮影する機会も増えました。
そこにいる人の感情や生活が感じられるような…そんな風景を撮っていきたいです。

伊東 理津子さん

写真の楽しさを分かち合う会員制コミュニティ「キヤノンフォトサークル」

会員制コミュニティ「キヤノンフォトサークル」では、50年以上にわたり写真愛好家の皆さまに写真を学ぶ場、作品を発表する場、仲間と交流する場を提供し、写真の魅力や楽しさを伝えてきました。現在は会報誌、写真年鑑の送付、ウェブサイトの利用などすべてのサービスを利用いただけるレギュラー会員と、ウェブの利用をメインとしたウェブ会員の2つの会員種別を設け、ライフスタイルに合わせて選択いただけるようになっています。
会員専用の「キヤノンフォトサークルウェブ」では、ウェブサイトの特性を活かしたコンテンツを提供。著名写真家がウェブサイトを通じて応募された会員の皆さまの写真を選定し、コメントを付けて公開する「フォトセッション」は、「初心者でも気軽に応募できる」ことから、多くの会員にご利用をいただいています。また、カメラの使い方や撮影テクニックを動画で解説した「学習Movie」も、「製品マニュアルを読まなくても操作が覚えられる」と好評です。
「キヤノンフォトサークル」は、2011年12月末時点で、レギュラー会員、ウェブ会員を合わせて、総会員数が約22,000名に上っています。今後も、より多くの方々に写真の楽しさを知っていただくためにコンテンツの拡充に努め、会員の皆さまの満足度向上を図っていきます。

会報誌「moments(モーメンツ)」

会報誌「moments(モーメンツ)」には、さまざまな写真に関するテーマを取り上げる巻頭の特集や、著名写真家のギャラリー、月例コンテスト、撮影・プリント学習講座、新製品情報などを掲載しています。

会報誌「moments(モーメンツ)」表紙

作品評価コンテンツ「フォトセッション」

「フォトセッション」では、「花」や「どうぶつ」など、ジャンル別に作品を募集し、著名写真家が優秀作品にコメントします。

「フォトセッション」の画面

撮影テクニックを動画で学ぶ「学習Movie」

「学習Movie」では、デジタル一眼レフカメラの基本的な使い方から高度な撮影テクニック、各種セミナーの様子までさまざまな動画を随時更新しています。

キヤノンフォトサークル「学習Movie」の画面

デジタルフォトライフをもっと豊かにする「キヤノンイメージゲートウェイ」

キヤノンイメージゲートウェイは、キヤノンの対象製品をご購入いただいたお客さま専用のオンラインフォトサービス（登録無料）です。ご登録いただいたお客さまに、写真や動画を仲間と共有できる「オンラインアルバム」やウェブ画面上で簡単に写真入りポストカードやカレンダーなどを作成できる「PIXUS プリント プロジェクト」など、デジタルフォトをより便利にご活用いただけるコンテンツを多数ご用意しています。
また、ソフトウエアのアップグレードなど、ご登録いただいた製品のサポート情報や撮影会・写真展などのイベント情報をメールでご案内しています。今後も、きめ細かいサービスで、お客さまのデジタルフォトライフを応援致します。

キヤノンイメージゲートウェイ

オリジナル写真製本サービス「Photobook」（有料）

東日本大震災キヤノンMJグループの取り組み

2011年3月11日、東日本を襲った未曾有の大災害。
キヤノンMJグループでは、お客さま、ビジネスパートナーの皆さまの復旧支援と
当社グループの機能回復を目的に、災害直後に本社（品川）と現地（仙台支店）に
災害対策本部を立ち上げ、活動を開始しました。
その後は時間の経過とともに明らかになる被害状況とその影響の大きさを受け止めながら、
被災地の復旧・復興に向けて少しでもお役に立てるよう、
グループ各社、各部門ができることを考え、取り組んでまいりました。

復旧支援

お客さま、ビジネスパートナーの復旧と事業継続のために

キヤノンMJグループでは、地震発生の翌日である3月12日（土）より、被災地の支店、支社、営業所、サービスセンターが協力し、お客さま、ビジネスパートナーの復旧と事業継続のために活動を開始しました。また、その後も本社や他の地域拠点と連携をとりながら上記活動にあたるとともに、地方自治体や避難所、ライフライン関連企業などへの協力を通じて被災者への支援を行いました。

キヤノンMJ仙台支店 災害対策本部の様子

主な取り組み

- お客さま、ビジネスパートナーへ生活支援物資を提供
- 複合機やプリンターの消耗品の配送元を、被災した仙台物流センターから臨時サプライセンターへ変更
- 避難所でのインターネット環境構築を支援
- お客さま先での瓦礫搬出や清掃を支援
- カスタマーエンジニア※を派遣し、ビジネスパートナーの機器の状況確認およびメンテナンス活動を支援
- 自治体、学校、自衛隊、避難所、ボランティアセンター、ライフライン関連企業へキヤノン製品を提供
- 従業員ボランティアによる、津波で流出した「思い出の品」持ち主探しの支援

※ 全国各地からの応援人員を含む

また、これらの取り組みにより「チーム東北」として社内表彰を受けた際の賞金60万円は、被災3県（岩手、宮城、福島）へ寄付致しました。

臨時サプライセンターの様子

キヤノンMJ仙台支店 生活支援物資の様子

お客さまの復旧支援とサービス機能の早期正常化のために

復旧支援の様子

キヤノンMJグループにおいて機器のメンテナンスを担当するキヤノンシステムアンドサポートでは、お客さまの復旧支援とサービス機能の早期正常化を目的として、「復興支援チーム」を組織し、早急な修理対応と生活支援物資の提供などの直接的な支援活動を行いました。全国から参加した延べ86名が64日間にわたり、合計4,000件以上の人的サービス支援と物的支援を行い、震災が発生してから112日後の7月1日には、サービス機能の正常化を果たしました。また、現地ではお客さま先へ思うように訪問できない状況が続いていたため、「被災地向けITSコールセンター」を開設し、電話によるお客さまの安否確認、他メーカーを含めた全システム機器の稼働確認、建物・設備の状況確認などを行いました。

サプライチェーン回復への支援

早期生産再開に向けて

被災時の状況

東日本大震災は産業界にも大きな影響を与えました。半導体大手のルネサスエレクトロニクス株式会社では、茨城県・那珂工場の生産がストップ。自動車エンジンを制御するマイコンのシェアを世界で40%以上持つ同社の主力生産拠点である、同工場のライン停止による部品の枯渇は、自動車産業の生命線に関わる非常事態でした。この事態を受け、被災した同工場に主要装置を納入している企業が同時に招集され、経済産業省、自動車工業会より早期生産再開に向けた24時間のサポートを要請されました。キヤノンMJも、その要請を受けた企業の一つでした。

日本の自動車産業の生命線に関わるこの要請に応えるために、多くの自動車メーカー、主要装置のメーカーが同工場の製造ラインの復旧に取り組みました。キヤノンMJも急遽人員を集めてチームを編成してその輪に加わり、余震でクリーンルームからの避難を余儀なくされることもある中、24 時間の交替勤務で作業を進めました。チームのメンバーは、「装置の復旧がなければラインの再開はない」と深く自覚し、作業を終えて40キロ離れたホテルに戻ってからも、必要な部品のリストアップと手配、海外ビジネスパートナーとのメールによる緊急出庫の依頼など、連日にわたり時間と気力、体力との戦いの日を続けました。
その後も必死の作業が続けられた結果、生産ラインは予定より3ヶ月前倒しで再開することができました。企業の枠を超えて情報共有を行い、誰もが強い責任感と使命感を持ち続けたことが、早期の復旧につながりました。

医療活動への支援

災害現場への「ポータブルX線デジタル撮影システム」の提供

操作講習会の様子

撮影室に足を運べない患者さんのところに行ってX線撮影をしたい」という医療現場の声を受け、キヤノンMJでは以前より必要機材をパッケージ化した「ポータブルX線デジタル撮影システム」を販売・サポートし、在宅医療や災害医療の分野で貢献してまいりました。
実際にハイチ大地震やニュージーランド地震の災害現場においては、JICA(独立行政法人 国際協力機構)や自衛隊、日本赤十字社の災害派遣医療チームにこのシステムが使用されるなど、災害現場での有効性が証明されていました。
東日本大震災では、キヤノン(株)が、被災地への支援策として、「ポータブルX線デジタル撮影システム」を日本赤十字社に寄贈し、それにあわせて、キヤノンMJが現地での医療活動が円滑に行われるよう、操作講習会、修理対応などの現地サポートを行ないました。また、被災地入りしていたDMAT(Disaster Medical Assistance Team:災害派遣医療チーム)の判断に基づく岩手県からの要請に応え、地震と津波でX線撮影装置が使用不能となっていた宮古市田老地区の仮設診療所へX線撮影装置の貸出を行いました。同地区の避難所では400名が避難しており、避難期間が長引く被災者の健康管

理や診断治療にご利用いただきました。今後も被災地の医療活動の状況に応じたサポートを行ってまいります。

宮古市田老地区のCXDI操作説明の様子

従業員の取り組み

「思い出の品」持ち主探し支援活動

津波により写真・アルバムが被災している報道を目にして、従業員有志による被災地支援活動が始まりました。従業員が個人提供したデジカメを被災した小中学校に寄付、その活動をきっかけにして宮城県石巻市において、被災した写真の持ち主探し活動に協力することになりました。
膨大な被災写真を消失の危機から救うため、会社が提供した一眼レフカメラで接写撮影しデジタル化。7月～9月にキヤノンMJ仙台支店を中心にグループ各社から従業員・関係者46名が参加しました。同様の活動を行っている他の団体と合わせて推定50万枚以上の写真を保護しています。
今後も、この活動で保存した写真データの持ち主探しの手法について提案を行い、可能な限り協力を続けていく予定です。

洗浄後の写真を干す様子

デジタル化のための撮影の様子

社会貢献プロジェクトを通じての支援

みんなの笑顔プロジェクト

キヤノンMJグループは東日本大震災の被災地に向けた新たな復興支援活動として、「みんなの笑顔プロジェクト～ Smile for the Future～」を開始しました。このプロジェクトでは、写真撮影や自然体験プログラムを通して、人と人とのコミュニケーションづくりや、子供たちの心を育むお手伝いを行っていきます。

活動の様子

「みんなの笑顔プロジェクト」ロゴマーク

未来につなぐふるさとプロジェクト

キヤノンMJグループでは、子供たちの未来に美しく緑豊かな“ふるさと”を残すことを目指し、環境NPOなどと連携し、自然再生活動に取り組む「未来につなぐふるさとプロジェクト」を展開しています。2011年4月からは、プロジェクトの一環として東日本大震災からの復旧・復興支援を開始し、被災地でさまざまな活動を展開するNGO／NPOに対し、総額約1,160万円（2011年12月末時点）の寄付を行いました。

「未来につなぐふるさとプロジェクト」ロゴマーク

主な取り組み

- キヤノン大撮影会の参加費全額寄付
- 使用済みトナーカートリッジ／インクカートリッジの回収本数に応じた寄付
- PPC用紙販売数に応じた寄付
- お客さま向けアンケートの回答数に応じた寄付

義援金、復興支援金

上記「未来につなぐふるさとプロジェクト」での寄付の他にも、復旧・復興支援活動として、会社からの支援および従業員からの募金を実施しました。

- キヤノングループとして総額3億円を日本赤十字社に寄付
- 従業員の募金により、総額約1,270万円を以下の団体に寄付
    - 日本赤十字社
    - 国連WFP協会
    - 中央共同募金会
    - 特定非営利活動法人アムダ（AMDA）
    - 特定非営利活動法人ジャパン・プラットフォーム
    - 特定非営利活動法人ジェン（JEN）
    - 特定非営利活動法人難民を助ける会
    - 特定非営利活動法人ピースウィンズ・ジャパン
    - 公益社団法人 日本国際民間協力会（NICCO）

製品の特別修理対応

災害救助法が適用となった地域向けに、キヤノン製の修理可能な事務機、カメラおよびパーソナル製品を対象として特別修理料金にて対応しました。

製品	対応件数
事務機	約900件（2011年8月まで）
カメラ	約500件（2012年2月まで）
パーソナル製品	約700件（2012年2月まで）

製品・サービスの提供

被災者や被災者を支援する企業・団体からの直接のご要望に加えて、ビジネスパートナーとの連携、地方自治体へのヒアリングにより現地のニーズを確認しながら、製品、サービスの提供を通じて可能な限りの支援を行いました。

提供先	支援内容

提供先	支援内容
被災された企業、地方自治体、学校、避難所、ボランティアセンター、復旧支援を行う非営利法人など	キヤノン製品の寄付 （プリンター約700台、ファクス約90台、スキャナー約100台、電子辞書40台など）
	キヤノン製品の貸出 （複合機約270台、ファクス12台、プリンター約100台など）
	パソコンを省電力化するソフトウエア「HOME-ECO（ホームエコ）」を無償提供
	ICT 産業界の8つの団体が共同で設立した「東日本ICT応援支援隊」を通じてウイルス対策ソフトなどを無償提供
	「ESETセキュリティ ソフトウェア シリーズ」を6ヵ月間無償提供
	データセンターのハウジングサービスを3ヵ月間無償提供
	ウェブ会議システム「IC3（アイシーキューブ）月額利用サービス」を無償提供
石巻市学校教育課	被災地の子供たちの心のケアに役立てるため、作成容易なペーパークラフトを幼稚園児300人分提供
高等学校写真部による東日本大震災復興支援プロジェクト	フジテレビ「お台場合衆国」で行われた本プロジェクトに、カメラ機材の貸し出しやプリントアウト補助で協力
東京大学大学院「ふるさとモニタリングシステム」	計画的避難区域のモニタリング用にネットワークカメラ20台を寄贈
被災地の高等学校	「写真甲子園　東日本大震災被災高校写真部支援プロジェクト」を通じて、デジタル一眼レフカメラ、プリンターなどを提供
サニーデイズ　気仙沼	復興写真展向け大判写真プリントサービスの提供
「きぼうのて」プロジェクト実行委員会 （東京都図画工作研究会）	デジタルカメラの貸し出しおよび大判写真プリントサービスの提供

Canon

マネジメント

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、CSRの基盤となる「コーポレート・ガバナンス」や「コンプライアンス」などのマネジメント体制を整備し、社会から信頼される企業を目指しています。

マネジメント

コーポレート・ガバナンス

- コーポレート・ガバナンス体制

コンプライアンス

- 意識啓発活動
- 知識教育活動
- 組織活動

リスクマネジメント

- BCM委員会
- BCP／BCMについて
- キヤノンMJグループにおけるBCM活動
- 東日本大震災への対応

品質マネジメント

- 品質マネジメントシステム
- 品質の危機管理システム
- 品質ホットライン
- 安心・安全な製品・サービスの提供

ブランドマネジメント

- ブランドマネジメント活動
- ブランド管理委員会
- ウェブブランド【canon.jp】
- 知的財産権に関する活動
- 模倣品撲滅に対する取り組み

ソーシャルメディアの利用について

- ソーシャルメディアの利用について
- ソーシャルメディアの利用に関する行動指針

関連情報を見る

キヤノンマーケティングジャパンのグループビジョンや基本情報は、会社情報ページをご覧ください。

コーポレート・ガバナンス

2012年3月30日現在

基本的な考え方

継続的に企業価値を向上させていくためには、経営における透明性の向上と経営目標の達成に向けた経営監視機能の強化が極めて重要であると認識し、コーポレート・ガバナンスの充実に向けてさまざまな取り組みを実施しております。

支配株主との取引等を行う際における少数株主の保護について

当社の支配株主は、親会社であるキヤノン(株)がこれにあたります。この支配株主からは一定の独立性が確保されていると認識しており、取引の条件の決定等が支配株主との間で恣意的に行われることはありません。支配株主との取引のみならず、すべての取引について、当社の独立性と利益が損なわれることのないように適切・公正に行うことにより、すべての株主の利益を保護しております。

親会社との独立性について

当社の親会社はキヤノン(株)であり、平成23年12月31日現在、当社の議決権の55.3%を所有しております。当社は、親会社の企業グループの中で、日本市場におけるキヤノン製品の販売、サービス、マーケティングの統括並びに、独自事業としてITソリューションの提供を行っており、明確な事業の棲み分けがされております。
親会社との取引につきましては、キヤノン(株)がキヤノンブランドを付して製造するすべての製品(半導体露光装置・液晶基板露光装置を除く)を日本国内において独占的に販売する権利を有しておりますが、取引条件の決定は、市場価格を勘案して当社希望価格を提示し、一般取引と同様に交渉の上、決定しております。また、親会社との人的関係につきましては、親会社と兼務している取締役はおりません。
このことからも、事業活動上、親会社からの制約はなく、当社独自の経営判断で事業活動、経営上の決定を行っており、親会社からの一定の独立性が確保されているものと考えております。
上場企業としてのコーポレート・ガバナンスの実効性を確保するために、内部監査部門の充実、監査役と会計監査人との連携や各種委員会の設置等による多面的な内部統制システムの構築にも、独自に取り組んでおります。

組織形態

監査役設置会社

取締役関係

取締役会の議長	取締役の人数	社外取締役の選任状況
会長	7名	選任している

社外取締役の人数
1名

取締役は7名(うち社外取締役1名)で、経営の意思決定を合理的かつ効率的に行うことを目指しております。取締役の任期は1年であり、経営環境の変化により迅速に対応できる経営体制を構築しております。現在、重要案件については、原則として月1回開催している定例の取締役会に加え、必要に応じて開催する臨時取締役会や、役員及び主要グループ会社社長が参加する経営会議で活発に議論した上で決定する仕組みとなっております。
また、経営の意思決定機能と業務執行機能を制度的に分離し、取締役の員数を減少させキヤノンマーケティングジャパングループにおける経営の意思決定の迅速化を図るとともに、業務執行の責任を明確化しその体制を強化するため、平成23年3月29日より、執行役員制度を導入しております。

監査役関係

監査役会の設置の有無	監査役の人数
設置している	5名

監査役は会計監査人との間で期初に監査計画を協議し、定期的な監査結果の報告及び適宜行う会合を通じて、情報及び意見交換を行うほか、必要に応じて会計監査人の往査及び監査講評に立ち会う等して監査の充実を図っております。

監査役は、内部監査に係る年次計画・方針について内部監査部門より説明を受けるほか、内部監査の実施状況については月次で報告を受けて情報交換を行っております。また、内部監査部門は、監査役が要望した事項について、協議のうえ監査役及び監査役会の事務を補助することになっております。

社外監査役の選任状況	社外監査役の人数
選任している	3名(うち1名は独立役員)

社外監査役3名を含む5名の監査役が監査役会において定めた監査の方針、業務の分担等に従い、取締役会への出席、取締役等からの聴取や重要な決裁書類等の閲覧、業務及び財産の状況の調査等により厳正な監査を実施しております。

取締役報酬関係

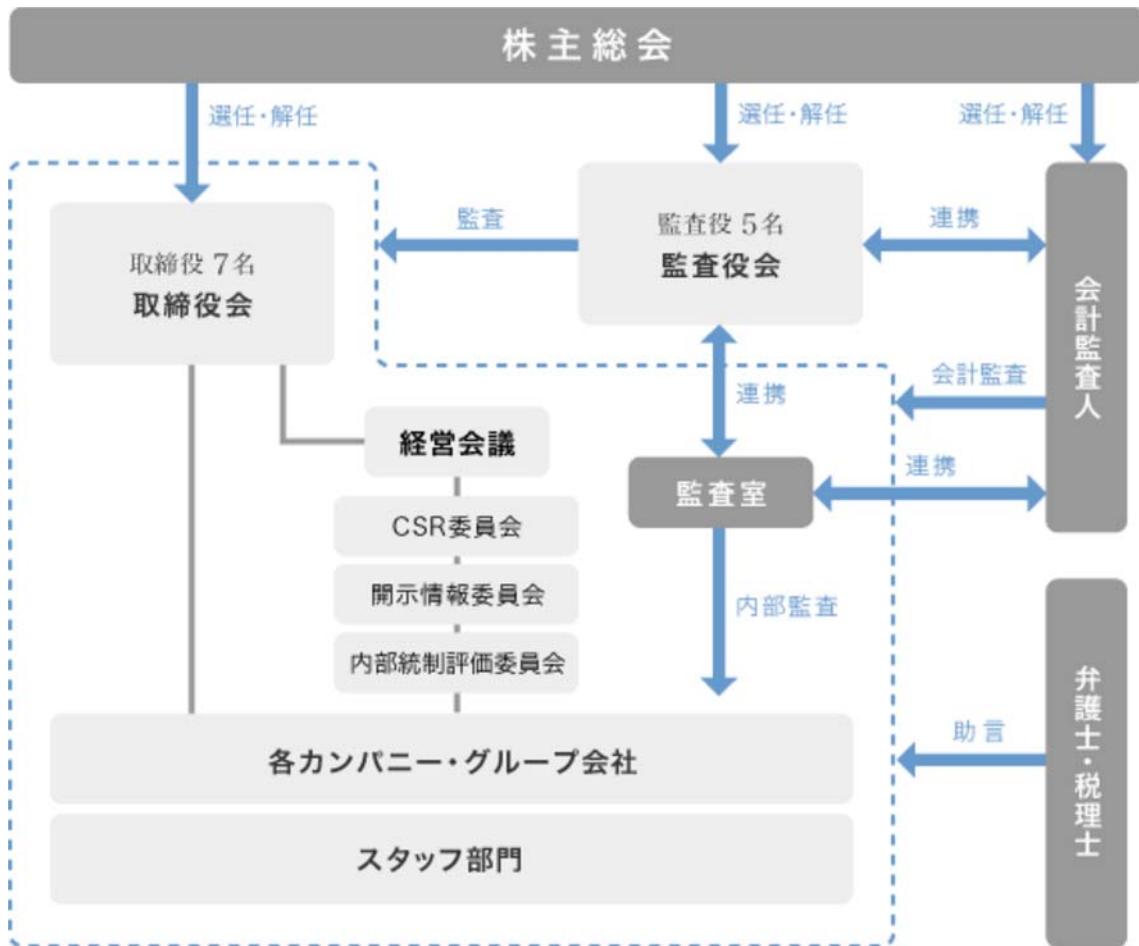
（報酬構成）
取締役の報酬は、役割／職務執行の対価としての「基本報酬」、当該年度の会社業績に連動した「役員賞与」、在任中の会社への貢献に対する報償としての「退職慰労金」から構成されており、ストックオプション等のインセンティブの付与は実施しておりません。

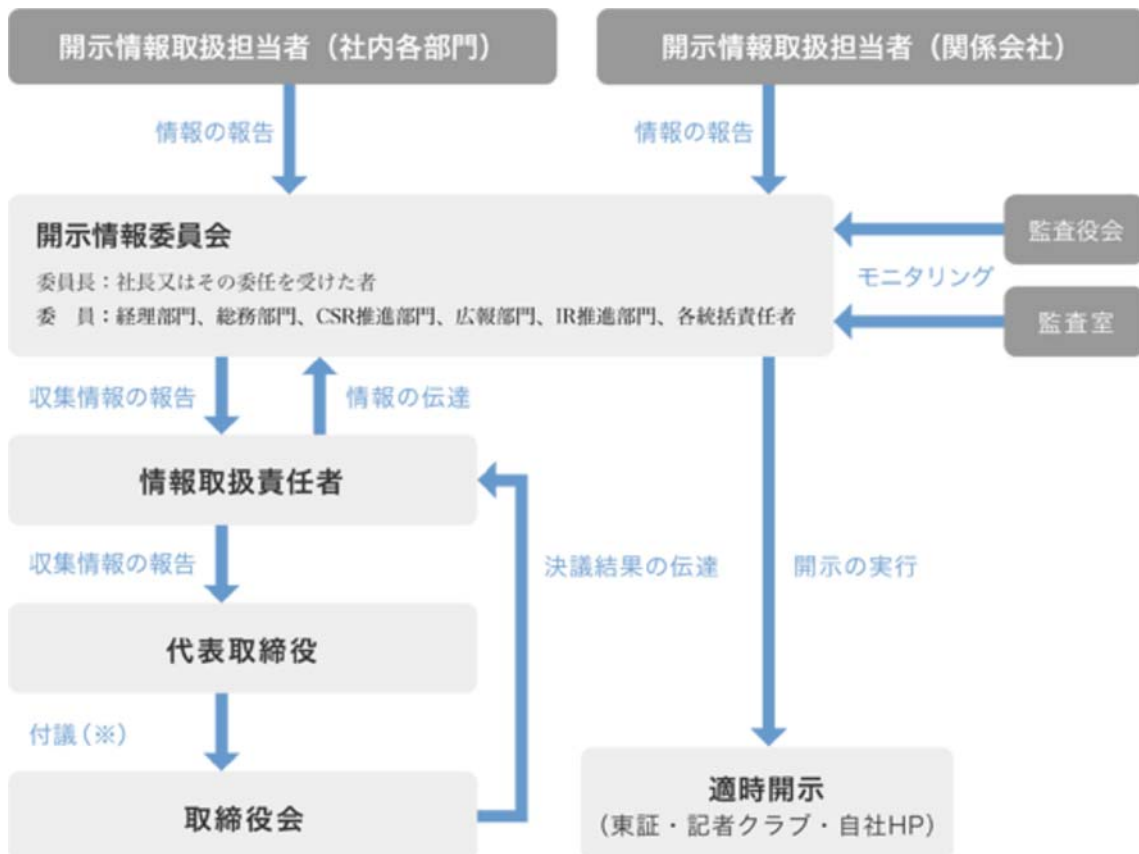
（決定方法）
・基本報酬
株主総会の決議により、取締役全員及び監査役全員のそれぞれの報酬総額の最高限度額を定めております。各取締役の報酬額は、取締役会の決議により決定し、各監査役の報酬額は監査役の協議により決定しております。

・役員賞与
役員賞与は、当該年度の会社業績に連動し算出された支給総額を定時株主総会に提案し、承認を得ております。各取締役の賞与支給額は、株主総会で承認された支給総額に基づいて、取締役会の決議により、役位等を考慮して決定しております。

・退職慰労金
在任中の会社への貢献に対する報償として、退任時に支給することとし、基本報酬月額及び在任年数等に基づき算出し、定時株主総会に提案し、承認を得ております。

コーポレートガバナンスに係る社内体制

株主総会
選任・解任
選任・解任
選任・解任
取締役 7名
取締役会
監査
監査役 5名
監査役会
連携
会計監査人
会計監査
連携
経営会議
CSR委員会
開示情報委員会
内部統制評価委員会
監査室
連携
内部監査
弁護士・税理士
助言
各カンパニー・グループ会社
スタッフ部門

会社情報の適時開示に係る社内体制

Canon

マネジメントコンプライアンス

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、コンプライアンスを法令遵守にとどまらず、「法令や社会のルールを守り、社会正義を堅持し、社会の期待に応え続けていくこと」と捉え、一人ひとりが高い倫理観と遵法精神を備えた個人として行動するよう、「意識」、「知識」、「組織活動」の3つの視点でコンプライアンス活動を推進しています。

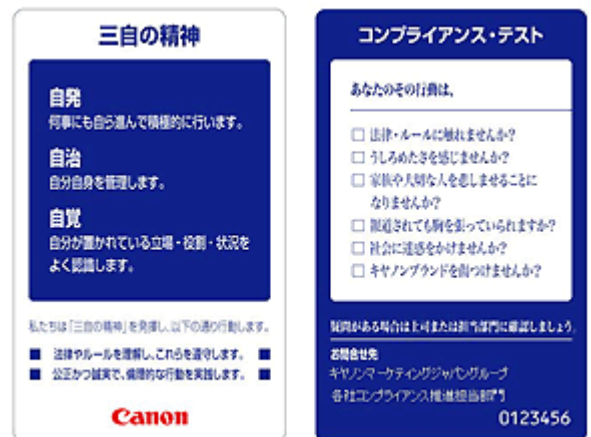
意識啓発活動

コンプライアンス活動を進める上で最も基本となるものは、従業員一人ひとりが高いコンプライアンス意識を持ち続けることと考えています。高い意識を持ち続けるために、さまざまな方法で意識啓発を行っています。

経営層からの啓発メッセージ発信

経営層からは、従業員に対して機会あるごとに意識啓発を行っています。具体的には、経営トップから発信される月次の「社長メッセージ」や四半期ごとに開催される「グループ幹部会」、職場単位で開催される経営層と従業員との対話集会「現場deトーク」などを通じ、直接経営トップから従業員に向けて、コンプライアンス活動の重要性や企業倫理の確立に向けたメッセージを発信しています。

コンプライアンス意識共有のための行動規範と「コンプライアンス・カード」

キヤノングループでは、全役員・従業員が業務遂行にあたり守るべき規準を示した「キヤノングループ行動規範」の周知徹底を図るとともに、創業期から受け継がれる「自発・自治・自覚」の「三自の精神」と、自らの行動をチェックするための「コンプライアンス・テスト」が書かれた「コンプライアンス・カード」を配布し、全役員・従業員が携行しています。

コンプライアンス・カード

「キヤノングループ行動規範」の項目

経営姿勢	1. 社会への貢献 優れた製品の提供／消費者保護／地球環境保護／社会文化貢献／コミュニケーション 2. 公正な事業活動 公正競争の実践／企業倫理の堅持／適切な情報提供
役員・社員 行動規範	1. 企業倫理と法の遵守 公正・誠実／適法な業務遂行／ルールの適正解釈 2. 会社資産の管理 資産の厳格管理／不正利用の禁止／知的財産権の保護 3. 情報の管理 ルールに基づく取り扱い／私的利用の禁止／インサイダー取引の禁止／他社情報の不正取得の禁止／他社情報の適切な取り扱い 4. 利益相反と公私の区別 利益相反の回避／贈与・接待・利益供与の禁止／未公開株式の取得禁止 5. 職場環境の維持・向上 個人の尊重と差別の禁止／セクシャルハラスメントの禁止／銃刀・薬物の持込禁止

対面形式によるコンプライアンス意識啓発教育の実施

新入社員や新たに職場のマネジメントを担う新任ライン管理職には、それぞれの立場に応じたコンプライアンス意識をしっかり持ってもらう必要があります。このため、意欲啓発に有効な対面形式での教育を行っています。

新入社員研修 毎年4月
内容：市民生活と会社生活の違い、コンプライアンスリスクとインパクト、キヤノンMJグループのコンプライアンス活動紹介

新任ライン管理職研修 毎年1月、7月
内容：職場におけるコンプライアンス問題の発生要因、職場責任者としてのコンプライアンス上の立場・役割

知識教育活動

従業員一人ひとりが、業務遂行の場面で直面するさまざまなコンプライアンスリスクに対し、正しい判断と行動ができるよう、メールマガジンやウェブを用いた効果的な知識教育を行っています。

メールマガジン「今週のコンプライアンス」の毎週配信

コンプライアンス実践に必要な知識・情報の周知を図るため、2004年6月よりメールマガジン「今週のコンプライアンス」を毎週配信しています。この「今週のコンプライアンス」は、コンプライアンスに関しての基本的な考え方や関連法令・ルールのポイント、各種事例、社会情勢に基づいたテーマなど、業務・事業活動上で役立つ知識・情報および注意点と対策などをタイムリーにグループ全従業員に提供しています。2011年は、業務視点で多面的にコンプライアンスリスクを解説したものや、関連業法、下請法、情報セキュリティ、環境啓発など、計51回（2011年12月末までの累計実績：388回）配信しました。
「今週のコンプライアンス」は、朝礼や課ミーティングなどでも積極的に活用され、従業員からは、「わかりやすく書いてあるので、読み続けることで知識が深まっていく」、「具体的にどういう事例がコンプライアンス違反になるかを確認できる」、「月曜日朝に配信されるので気が引き締まる」などの意見が寄せられています。

2011年度の主な配信内容

- システム開発ビジネスのプロセスとコンプライアンス（提案／契約／再委託／変更管理／権利関係／納品 全8回シリーズ）
- そのビジネスできますか？～業法による制限を理解しよう～
- 暴力団排除条例が施行されました！～反社会的勢力と取引しないように注意しましょう～
- ケースで考えるコンプライアンス（下請法編）
- 不審メールに注意！～他社の相次ぐ標的型サイバー攻撃事件を受けて～
- みんなでECO！～一人ひとりの意識と行動が大きな成果に～

コンプライアンス事例集『実践！企業倫理読本』の配布

『実践！企業倫理読本』は、業務・事業活動上の具体的なケースごとにポイント解説した冊子です。全従業員に冊子を配布するとともに、イントラネット上でも公開しています。

『実践！企業倫理読本』

正しい知識を効果的に身につけるウェブ教育

コンプライアンス活動の基本となる考え方や本来あるべき行動を身につけてもらうため、年1回グループ全従業員を対象に設

問診断形式のウェブ教育を実施しています。この設問診断形式は、設問・選択肢・解説それぞれに理解すべき事柄が埋め込まれています。そのため、設問・選択肢を読み正解を導き出す過程で必要な知識が習得でき、解説を読むことで正解／不正解の理由をその場で確認できます。
2011年は、より実践的な行動に結びつくよう、できるだけ具体的な状況を設定することで臨場感を持たせた内容に改良し、「コンプライアンス活動の目的」、「問題発覚時の行動」、「公正な事業活動の推進」、「著作権保護に向けた行動」、「いきいきと働ける職場環境づくり」などを題材に、グループ全従業員がコンプライアンスに則った正しい行動について学びました。

組織活動

従業員一人ひとりの意識啓発・教育活動はもちろんのこと、個人・職場・全社が一体となって企業倫理の確立に取り組むべく、組織としての活動も強化しています。

職場単位で課題や改善策を議論・共有化する「コンプライアンス・ミーティング」

コンプライアンス・ミーティング

職場内でのコンプライアンス意識向上と具体的行動の促進およびコミュニケーション強化を目的として、上期・下期の年2回、職場ごとに「コンプライアンス・ミーティング」を実施しています。このコンプライアンス・ミーティングでは、ライン管理職が進行役となり、職場のコンプライアンスリスクと予防策を全員で話し合い、次回ミーティングまでの実施事項を確認します。そして、次回ミーティングでその成果をチェックし、改善や新たな課題を設定しています。
ライン管理職からの実施報告書では、「課員全員の意識・行動を見つめ直す機会となった」、「思い込みによる事故を未然に防ぐために課員全員のリスク理解度がチェックできた」、「前例に流されて進めている業務を見直す機会となり、改善を図ることができた」、「積極的な意見が交わされ、チーム力の向上にも結びついている」などの意見が寄せられました。コンプライアンス・ミーティングを一つのきっかけとして、各職場で従業員一人ひとりがコンプライアンスリスクとその対応策を共有し、コンプライアンス意識をもって業務を遂行しています。

2011年度のミーティングテーマ

- 上期（5～6月）
  内容：ケース（事例）を使った話し合い－登場人物の問題点と組織としての予防策の議論
- 下期（10～12月）
  内容：担当業務の法令・ルール違反リスク洗い出しと対策議論

グループ全従業員を対象としたコンプライアンス意識調査の実施

コンプライアンス意識レベルを定量的に把握し、そこから発見した課題を認識、改善するために、年1回グループ全従業員を対象にコンプライアンス意識調査を実施しています。

2011年度の調査結果

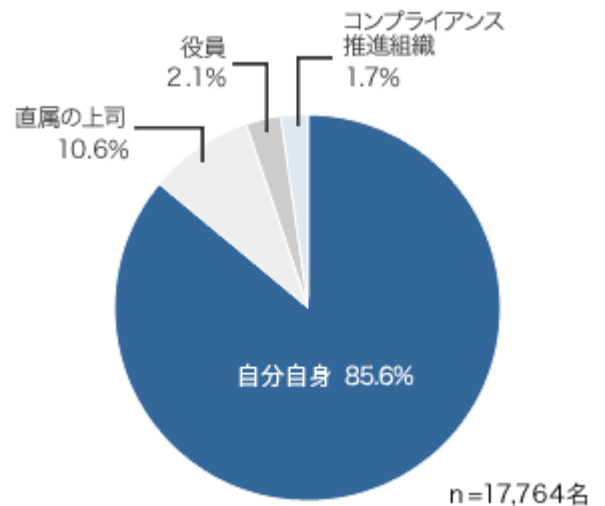
設問および回答率

コンプライアンスに関する「意識」・「知識」・「行動」、各コンプライアンス施策の有効性、活動主体について、キヤノンMJグループ全従業員約19,000名を対象に、無記名式で調査を実施しました。回答率は、グループ全体で93.0％となりました。

コンプライアンス「意識」・「知識」・「行動」レベルの調査結果

2011年は、肯定回答（「そう思う」＋「ややそう思う」）比率で見ると、大半の設問で90％以上を示し、コンプライアンスの浸透が調査結果から読み取れます。また、完全肯定回答（「そう思う」）の比率で見ると、「意識」レベルの高さに比べ、「知識」・「行動」レベルはやや低くなっていますが、3年間の推移で徐々に高まってきています。
この結果を受け、2012年度のコンプライアンス活動は、コンプライアンス「知識」・「行動」レベルの一層の向上に向けた取り組みを強化します。

コンプライアンス施策の有効性調査、活動主体の結果

「今週のコンプライアンス」、「コンプライアンス・ミーティング」など、すべてのコンプライアンス施策で肯定回答が90%前後となり、多くの従業員から高い支持を得ていることがわかりました。
また、「コンプライアンスを徹底して仕事をする上で、最も重要な役割を担う人」について質問したところ、「自分自身」が約85%となり、コンプライアンスは自分自身が中心となって取り組むとの認識が浸透しているといえます。

調査結果:「コンプライアンスを徹底して仕事をする上で、最も重要な役割を担う人は誰ですか？」の設問に対する回答(回答者数17,764名)

内部通報制度の運営

グループ内の事業活動や業務遂行に関して、法令や企業倫理に反する事態が生じた場合に、その違反事実を早期に発見し、是正、再発防止を図ることを目的として、内部通報制度「スピーク・アップ制度」を設置・運営しています。
「スピーク・アップ制度」では、通報者・通報内容の秘密を守ること、通報したことで人事上の不利益な取り扱いを受けないことを「スピーク・アップ制度規程」で明文化しているほか、通報者の利便性に鑑み、社内だけでなく弁護士事務所にも受付窓口を設置しています。
通報された内容は、直ちに事実関係などを調査し、通報者に対し適宜フィードバックするとともに、CSR委員会に報告されます。

マネジメントリスクマネジメント

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、大規模地震や新型インフルエンザなど、経営に影響を及ぼすような危機に備え、BCM※委員会が中心となって事業継続対策を推進しています。

※ Business Continuity Management:事業継続マネジメント

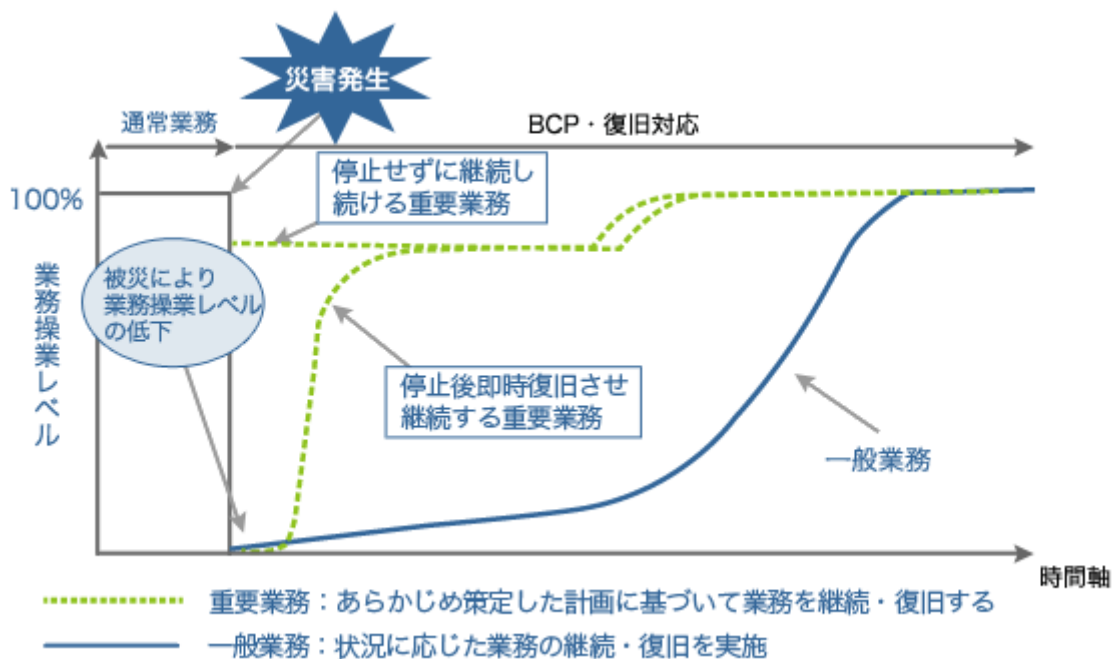
BCM委員会

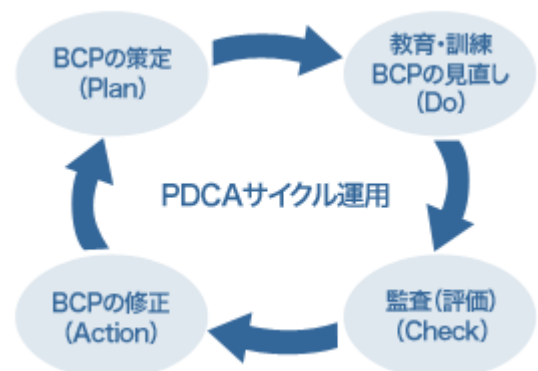
2007年7月、事業継続マネジメント体制の構築と維持管理を目的に、経営会議傘下のBCP※専門委員会(2010年にBCM委員会に改称)を設置し、キヤノンMJグループ全社のBCP方針の審議、PDCAマネジメントサイクルの管理などを行っています。

※ Business Continuity Plan:事業継続計画

BCP/BCMについて

BCP(事業継続計画)の考え方

災害の発生により業務の操業レベルが低下した場合、重要業務についてはあらかじめ策定されたBCPに基づいて「停止せずに継続させる」または、「停止後即時復旧させる」などの対応を行います。

BCM(事業継続マネジメント)の考え方

BCMは、策定されたBCPが実際に機能するように継続的な運用を行っていくことです。具体的には、Plan(BCPの策定)、Do(教育・訓練・BCPの見直し)、Check(監査〈評価〉)、Action(BCPの修正)のPDCAサイクル運用を行います。

キヤノンMJグループにおけるBCM活動

策定したBCPについて、定期的な訓練の実施などBCM活動計画に基づいて運用し、計画の実効性向上に努めています。

キヤノンMJグループにおけるBCP

首都直下地震、強毒性新型インフルエンザをリスク対象としています。それぞれのリスクが顕在化した場合を想定し、あらかじめ継続すべき重要業務を選定し、それぞれの業務においてBCPを策定しています。

首都直下地震対応BCP

首都直下地震を想定したBCPを策定し、被災状況下においても、お客さまへのサービス提供業務を継続し早期に復旧できる体制を整備しています。事業の継続に不可欠な基幹システムについては、DR（ディザスターリカバリー）サイトを構築し、迅速に復旧できるように環境を整備しています。

新型インフルエンザ対応BCP

強毒性の新型インフルエンザ対策として、従業員と家族の生命・安全の確保を第一に優先し、関係省庁より指定されている社会機能維持事業者を中心としたお客さまへのサービス提供業務を継続する体制を整備しています。

従業員への教育・啓発活動

ウェブ教育

BCM活動の取り組みについて従業員へ周知することを目的に、2012年よりグループ全従業員を対象に、これまで行ってきたCSR関連ウェブ教育の科目に「災害時対応と事業継続」を加えて実施しています。

ウェブ教育の画面

BCMメールマガジンの配信

キヤノンMJグループ全従業員へ定期的に、防災・BCMに関するメールマガジンを配信しています。 災害発生時にはどのような行動をとればよいのか、会社はどのような準備をしているのか、などわかりやすく伝えることにより、従業員の防災・BCMの認識レベルを高めるよう努めています。

主な配信内容

- 大地震発生！ 390万人が帰れない！
- 社内の基幹システムが止まったら業務はどうなる？
- 外出中に大規模地震発生！ あなたはどう行動する？

2011年の主な取り組み

東日本大震災の経験を踏まえた取り組み

東日本大震災の経験を踏まえてグループ全体の防災体制を一層強化しました。BCPにおいては、東日本大震災への対応の振り返りと、災害発生時の初動対応を中心にシミュレーション訓練を実施し、災害に対して迅速に対応できる体制の構築に努めました。

DR（ディザスター・リカバリー）サイトの構築

夏の東京電力管内の大規模停電発生のリスクを考慮し、大規模停電発生時でも基幹システムの継続維持のために、DR（ディザスター・リカバリー）サイトを構築しました。DRサイトの構築により、災害が発生した場合でも円滑なシステムの切り替えが可能となりました。

地域防災への協力

キヤノンMJの本社地域（東京都港区港南）においては、JR品川駅周辺の事業者として「品川駅周辺滞留者対策推進協議会」に参加し、災害時における地域への貢献について協議・検討を行っています。また、2012年3月には帰宅困難者の支援について港区と協定を締結し、地域における防災対策を進めています。

協定締結時の様子（左は武井港区長、右はキヤノンMJ総務本部長 澤部正喜）

東日本大震災への対応

キヤノンMJグループでは、震災発生後ただちに災害対策本部をキヤノンMJ 本社（東京都港区港南）と現地（キヤノンMJ仙台支店）に立ち上げ、従業員の安否を含め被災状況の確認に努めました。その後、自社の事業の正常化とともにお客さまへの製品・サービス提供責任を果たすため、グループ会社や営業・サービス・企画部門が連携し、現地における直接的な支援からICTを利用した後方支援まで幅広く対応致しました。

主な対応

- 災害対策本部の設置
- 被災状況の確認
- 従業員の安否確認（安否確認システムの運用、戸別訪問など）
- 救援物資の緊急輸送
- 商品配送方法の見直し、臨時在庫場所の設置
- お客さま向けコールセンターの受付事業所の一時変更

被災時の仙台物流センター

Canon

マネジメント品質マネジメント

キヤノンマーケティングジャパングループは、「製品安全に関する基本方針」のもと、お客さまに安心・安全にお使いいただける高品質な製品とサービスを提供するために、品質マネジメントシステムや品質の危機管理システムを整備しています。

品質マネジメントシステム

お客さまに提供する製品やサービス、サポートについて、キヤノンクオリティを保証し、お客さまの満足度を向上させるために品質マネジメントシステムを構築・運用しています。
品質マネジメントシステムでは、対象となる製品やサービス、サポートに応じて、方針・目標を定め、PDCA（PLAN・DO・CHECK・ACTION）のサイクルを通じて改善を続けることにより、その目標達成に向けて責任と権限を明確にしたマネジメントを実行しています。

品質の危機管理システム

製品の安全性はもとより、製品・サービスの品質の危機管理も重要であるととらえています。
そのため、経営会議傘下に「品質・PL委員会」を設置し、お客さまに提供する製品やサービスに、万一の事態が発生した際、適切・迅速に対処する体制を整えています。
問題が発生した場合には、自社のホームページに「重要なお知らせ」として速やかに情報を開示するように努めています。さらに、お客さまに重大な影響を及ぼすと判断した問題については、新聞各社を通じて広く情報を開示するようルール化しています。

品質ホットライン

従業員が重要と認識した製品・サービスに関する情報を、経営層や品質担当者に速やかに伝達し、キヤノン（株）と情報を共有しながら、正確な判断に基づく的確な対応ができるよう、緊急連絡網「品質ホットライン」を整備しています。
また、市場での製品品質状況に関しては、「サービス＆サポート情報システム」を通して、製造を担うキヤノン（株）と連携し、お客さまへの迅速な対応を実施しています。

安心・安全な製品・サービスの提供

キヤノンMJは、2007年7月に「製品安全に関する基本方針」を、2008年3月には「製品安全自主行動計画」を定め、方針の遵守と計画の実行に努めています。

マネジメントブランドマネジメント

キヤノンマーケティングジャパン（以下、キヤノンMJ）は、国内のブランド活動全般における計画、実施、管理運営を統合的に行う体制を持ち、キヤノンとキヤノンMJブランドの価値向上に向けた活動を行っています。

ブランドマネジメント活動

キヤノンMJは、ステークホルダーに商品や企業情報などをお伝えする広告などにおいて、知的財産や消費者保護などの視点から、広告関連法規や業界自主規制を遵守し、ブランド価値の向上に寄与するコミュニケーション活動を推進しています。

ブランドの象徴であるロゴなどの標章管理活動

キヤノンブランドの象徴であるロゴおよび社名・商品名称などの標章に関する管理活動を行っています。グループ会社の社名変更や新商品の名称審議とその適切な運用体制の構築と管理を行っています。

ロゴなどの使用規定を定めた「キヤノンマーク ガイドライン」

従業員の意識啓発活動

市場や社会と接する従業員は、日々の業務において高いブランド意識を持って行動しなければなりません。キヤノンMJグループでは、「一人ひとりがキヤノンブランド」を合言葉に、さまざまな教育や啓発活動を行い、意識や知識、価値観の共有を図っています。
キヤノンMJおよびグループ会社のブランドキーパーソン※を対象としたセミナーでは、企業イメージ調査によるキヤノンブランドの分析結果やトピックスなどをフィードバックしています。
また、ビジネスパートナーに対しても意識啓発活動を行い、キヤノンとキヤノンMJブランドの価値向上に向けた活動を広げています。

※ ブランドキーパーソン：所属する部門においてブランドに関する情報の共有化と課題解決を担当する従業員

ブランド管理委員会

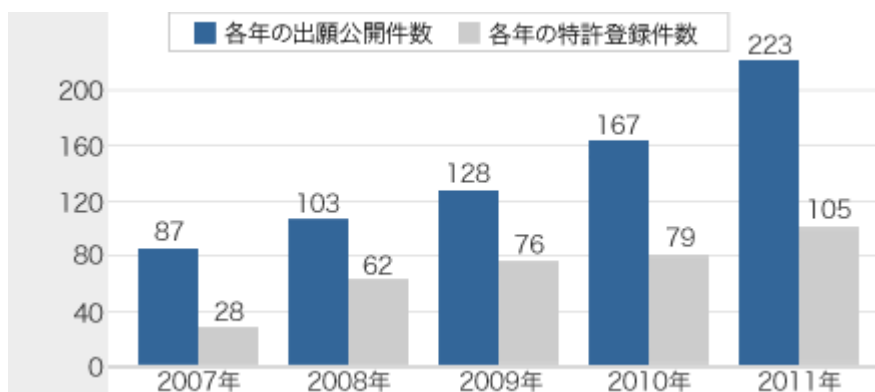
ブランド管理委員会は、ブランド戦略上の重要案件について、キヤノンMJ社長が委員長となって、審議・決定を行う最高機関です。
通常、商品やサービスにつけられる名称については、名称審議会議が名称案の審議から承認までを行い、ブランド管理委員会傘下の商品名称委員会にて決定します。ただし、名称審議会議または商品名称委員会が戦略上重要な案件と判断した場合には、ブランド管理委員会を開催し、審議・最終決定を行います。

ウェブブランド【canon.jp】

キヤノン（株）とキヤノンMJは、お客さまをはじめとするステークホルダーの利便性を最優先に考え、両社のウェブサイトを統合

し、ウェブブランド「canon.jp」を共同運営しています。
「canon.jp」では、スピーディーな企業情報の提供を可能にするとともに、製品情報やアフターサービスに関する情報にアクセスしていただきやすいようデザインを再構築し、すべてのステークホルダーにとって使い勝手のよいウェブサイトを実現できるよう常に改善に取り組んでいます。
具体例として、誰もが理解しやすい文書の構造や情報の配置への統一を進めるとともに、高齢の方や障がいのある方々でも必要な情報にアクセスしていただきやすいよう、音声読み上げや画面拡大を行うしくみを導入しています。
また、「canon.jp」に届いたお客さまの声に対して、社内関連部門と連携した双方向コミュニケーション体制を確立し、迅速かつ丁寧な返信と対応を心掛けています。

知的財産権に関する活動

キヤノンMJグループでは、ビジネスの高付加価値化と差異化を行い、かつ競争を優位なものとするため、特許権などの知的財産権の取得を積極的に行っています。
キヤノンMJグループ全体の特許公開件数は、2007年に87件だったものが、2011年には223件となり、それに伴って、特許登録件数も2007年の28 件から、2011年の105件へと年々増加しています。これは、ソリューションサービス関連の特許出願件数の増加に加え、新たな独自事業に関する特許出願件数を増やしていることが要因となっています。
グループ各社の知的財産部門が密接に連携しあうことにより、価値のある発明を発掘し、その権利化に注力しています。あわせて他者の権利を尊重すべく、設計・開発段階から第三者権利の調査を実施しています。

特許の出願公開件数と登録件数

模倣品撲滅に対する取り組み

キヤノンMJは、模倣品の氾濫によって生じる問題の発生・拡散を食い止めるべく、キヤノン(株)と共同でさまざまな対策に取り組んでいます。
近年、トナーカートリッジ、デジタルカメラ・デジタルビデオカメラ用バッテリーパックについて、キヤノンロゴを付した模倣品が、ネットオークションを中心に日本国内で多数確認されています。模倣品は、純正品と誤認して購入されたお客さまに対して、品質問題などのご迷惑をおかけするだけでなく、特にバッテリーパックについては、模倣品によっては爆発破裂事故の危険性もあります。
そのため、キヤノンMJでは、模倣品が流通している事実や模倣品の特徴をウェブサイト上で公表し、お客さまに注意喚起を行っています。また、ネットオークションに出品しているデジタルカメラ・デジタルビデオカメラ用バッテリーパックの模倣品については、その出品者に対し警告書を送付し、供給ルートの開示やキヤノンに対する権利侵害の停止などを約束する書面を得るなどの成果をあげています。
さらに、海外からの模倣品の流入を防ぐべく、各地の税関と密に連携し、2011年中には複数の税関においてキヤノン製品の多数の模倣品の輸入が差止められています。

Canon

マネジメントソーシャルメディアの利用について

昨今のソーシャルメディアの普及にともない、キヤノンマーケティングジャパン(以下、キヤノンMJ)グループ各社の社員ならびにキヤノンの業務に携わる協力会社などの社員(以下、協力社員)が、マーケティングなどの事業活用だけでなく、個人としてもソーシャルメディアを活用する機会が増えています。キヤノンMJでは、こうした背景を踏まえ、キヤノンMJ各社の社員ならびに協力社員を対象に、ソーシャルメディアを活用するにあたってのガイドラインとして、「ソーシャルメディアの利用に関する行動指針」を作成しました。
キヤノンMJグループ各社の社員ならびに協力社員は、この行動指針を理解し、遵守することを求められており、キヤノンMJ各社ならびにキヤノンの業務に携わる協力会社各社は、所属する自社の社員に対して、本行動指針の内容を周知徹底していきます。
「ソーシャルメディアの利用に関する行動指針」をご覧ください。

マネジメントソーシャルメディアの利用に関する行動指針

下記「ソーシャルメディアの利用に関する行動指針」は、キヤノンマーケティングジャパングループ各社の社員ならびに協力社員に向けて作成したものです。

はじめに

インターネットや携帯電話、スマートフォン、さらにはFacebook、ツイッターなどのソーシャルメディアの普及に伴い、個人が社会に向けて自ら情報発信を行うことが可能になりました。そのような状況下では、キヤノンが提供するブランドや製品・サービスをはじめとするさまざまな企業活動も、インターネット上での議論の対象となっています。キヤノンマーケティングジャパン（以下、キヤノンMJ）グループ各社の社員ならびにキヤノンの業務に携わる協力会社などの社員（以下、協力社員）は、インターネット上で“キヤノン”についてなされる議論の持つ影響力の大きさを十分に理解しなければなりません。また、そのような議論に参加する場合には、ブランドや製品・サービスなどに与える影響を考慮し、それらの価値や魅力を正確に伝える役割を担っていることを認識する必要があります。
本行動指針は、ソーシャルメディアに関するメリットやリスクを十分理解し、正しく利用するためのガイドラインとして作成されたものです。事業利用、個人での利用のどちらであっても、ソーシャルメディアを利用する際には、所属する組織や雇用の形態にかかわらず、本行動指針を遵守してください。

ソーシャルメディアの利用に関する基本指針

基本的遵守事項

キヤノンMJグループ各社の社員ならびに協力社員には、適用される法令やルールを理解して遵守すること、ならびに公正かつ誠実で倫理的な行動を実践することが求められています。ソーシャルメディアを利用するにあたっては、この他にも、特に以下の事項を認識し、遵守してください。

1. 『キヤノンを代表して』発言することと、『キヤノンについて』発言することは、本来別のことです。しかしながら、キヤノンMJグループ各社の社員ならびに協力社員が『キヤノンについて』発言した場合、外部の方からは、『キヤノンを代表して』の発言であると受け止められる可能性があります。よって、発言する際は、キヤノンの企業活動や各ブランドについての『キヤノンの公式見解である』と誤解されることがないよう十分注意してください。
   また、個人の立場でソーシャルメディアに参加する場合であっても、ブランドや製品・サービスなどに与える影響を考慮し、『キヤノングループ行動規範』、『コンプライアンス・カード』記載事項、所属する各社の『就業規則』を遵守してください。

2. キヤノンを代表する立場で、キヤノンの企業活動や各ブランドについてソーシャルメディアを通じて発言するためには、キヤノンMJグループ各社が定める規程に則り、キヤノンMJグループ各社に申請し、ソーシャルメディアアカウントオーナーとして承認される必要があります。
   各種ソーシャルメディア上においてなされるキヤノンの企業活動や各ブランドに関する発言のうち、キヤノンMJグループ各社が公認するアカウント内での発言のみが、キヤノンの公式見解として認定されます。公認アカウントは、キヤノンMJグループ各社が承認したソーシャルメディアのアカウントオーナーにより運営されます。

3. キヤノンの企業活動や各ブランドに対する否定的・中傷的な投稿に対して、個人の判断で対応してはいけません。
   否定的・中傷的な投稿を目にした場合にも、個人の判断で反論や議論を展開しないでください。 そのような投稿に対して、キヤノンを代表して公式見解を出す必要がある場合は、キヤノンMJグループ各社が承認したソーシャルメディアのアカウントオーナーが対応しますので、問題となる投稿を見かけた場合には、各社コンプライアンス推進担当部門およびウェブサイト管理部門に速やかに報告するようお願いします。
   自分の判断で行った反論や議論が、場合によっては、キヤノンおよび各ブランドに損害を与えることになりかねないことを認識してください。

4. 上記のほかにも、業務上で知り得た機密情報を記載しないのはもちろんのこと、たとえプライベートな内容であっても、会

社や製品・サービス、キヤノンブランドに損害を与えたりイメージを損ねたりすることのないよう、発言には十分注意してください。自分が発信した内容は、ソーシャルメディア上で繋がっている人だけでなく、社内の人やビジネスパートナー、さらには、お客さまが目にする可能性があることを認識してください。
情報漏えいや企業活動に影響を与える不適切な発言に対しては、関連する会社規程に基づき厳しく対処・処分していきます。

ソーシャルメディア利用における価値観・行動基準

キヤノンMJグループ各社の社員ならびに協力社員は、ソーシャルメディアを利用する際、以下に掲げる価値観・行動基準を遵守してください。

1. 透明性の担保
ソーシャルメディア上での議論を操作することを目的とした行為は行いません。また、キヤノンが管理・運営するソーシャルメディアは、管理元が「キヤノン」であることを明記します。運営に際しては、真摯で誠意ある対応を行い、虚偽の情報は発信しません。また、ウェブサイト管理部門が情報発信ならびに利用状況を把握し、適切な運営が行われるよう監督・助言を行います。

2. 個人情報の保護
個人情報を取り扱う場合には、キヤノンMJグループ各社が定める「個人情報保護規程」「個人情報保護運用規則」に則った方法で行います。

3. 第三者の権利の尊重
情報発信にあたり、第三者の了承が必要な場合は、事前に了承を得ます。また、文書・画像・音声・映像などに対する著作権や肖像権など、他者の権利を侵害しないように十分配慮し、必要に応じて担当部門に相談します。

4. 傾聴と事例の検証
ソーシャルメディア上での議論に耳を傾けるとともに、キヤノン、その企業活動や各ブランドに関する意見を真摯に受け止めます。また、ソーシャルメディアの最新技術仕様や活用事例を検証し、適切な対応を行います。

Canon

マネジメントソーシャルメディア

ソーシャルメディアとは、ユーザーが情報を発信し形成していくメディアのことです。個人が発信する発言や写真などの情報が、不特定多数、あるいは設定された公開レベルのユーザーに対して露出され、閲覧したユーザーがレスポンスを返すことができます。さらに、ユーザー同士のつながりを促進するグループ、イベント、ゲームなどさまざまなしかけが用意されており、互いの関係を視覚的に把握できるのが特徴です。
ソーシャルメディアには、掲示板やブログだけでなく、発言文字数が限定されるミニブログ、ソーシャル・ネットワーキング・サービス(SNS)、インターネット上でお気に入りを共有するソーシャルブックマーク、ソーシャルニュースサイト、オンライン百科事典、比較サイト、Q&Aサイト、画像や動画の投稿共有サイト、掲示板などがあります。種類別の主要ウェブサービスおよびアプリケーション事例を下記に記載します。

- 電子掲示板:2ちゃんねる
- ミニブログ:Twitter、Amebaなう、Googleバズ
- ブログ:アメーバブログ、ココログ、Yahoo! ブログ、livedoor Blog
- ソーシャル・ネットワーキング・サービス:Facebook、mixi、Google+、GREE
- ソーシャルブックマーク:はてなブックマーク
- ソーシャルニュースサイト:スラッシュドット、Digg
- 画像や動画の投稿共有サイト:YouTube、ニコニコ動画, USTREAM、Flickr
- オンライン百科事典:ウィキ、ウィキペディア日本語版
- Q&Aサイト:Yahoo! 知恵袋、教えてgoo
- 比較サイト:価格.com、ECナビ

※ 特定のウェブサービスやアプリケーションを限定するものではありません。

環境経営

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、環境ビジョンやマネジメントシステムの整備を通じて環境経営の基盤を強化し、自社の事業活動やお客さま・社会の環境負荷低減に取り組んでいます。

環境経営の基盤強化

環境経営の考え方

- 環境ビジョン『未来の森』2015を制定
- 事業所や物流におけるCO_2排出量削減
- 製品・ITソリューションでお客さまのCO_2排出量削減に大きく貢献
- 環境分野で社会に貢献
- グリーンレシオを設定

環境マネジメント

- キヤノングループ統合環境マネジメントのスコープ
- キヤノンMJグループ環境マネジメント運営組織
- 2011年キヤノンMJグループ環境目的・目標

環境人材の育成

- 環境人材を育成するしくみ
- 環境パーソンの育成
- 環境スペシャリストの育成

環境負荷低減活動

事業所での環境負荷低減

事業所におけるCO_2排出量の低減

- 取り組みの概要
- 2011年のCO_2排出量の削減と実績

オフィスコントロールによる環境負荷低減

- キヤノン S タワーでの省エネ運用の徹底
- 「エコロジー&エコノミー」をテーマとしたキヤノン港南ビル
- グリーンITの推進

ワークスタイルの変革による環境負荷低減

- ビデオ会議システムやテレビ電話の利用
- Web会議IC3アイシーキューブの利用
- オンラインサポートシステム「NETEYE」の装着推進
- 自動車の効率的な利用と省エネ自動車の導入による省エネ活動

従業員の意識を高める取り組み

- 各事業所での取り組み
- 紙資源のリサイクル

お客さま先での環境負荷低減

環境配慮製品・サービスの提供

- 環境配慮製品の提供
- 環境負荷低減につながる使い方を提案
- お客さま先の環境負荷低減につながる情報の発信

ITソリューションによる環境負荷低減

- キヤノンMJグループが提供する主なITソリューションとその環境負荷低減効果
- 消費電力の見える化を推進するソリューションの提供

商品配送における環境負荷低減

- 他社との共同配送による環境負荷低減
- 製品の梱包材削減の取り組み

製品ライフサイクルにおける環境配慮

製品の回収・リサイクル活動

- キヤノングループの環境負荷低減活動
- 商品の企画・開発における環境配慮
- 製品回収におけるお客さまの利便性向上と効率化
- より環境負荷の少ないリサイクルフローの推進
- お客さまとの取り組み

環境コミュニケーション

- 環境展示会への出展
- 学生向け外部教育
- キヤノン S タワーの省エネ活動セミナー

環境パフォーマンスデータ

- 製品の環境配慮
- 事業拠点における環境負荷低減
- お客さま先でのCO_2削減
- 回収・リサイクル

関連情報を見る

キヤノングループの環境への取り組みは、こちらのページでご覧いただけます。

環境経営環境経営の考え方

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)では、環境ビジョン『未来の森』2015を制定し、その実現に向けて、3つの活動をテーマに環境保全活動を実施しています。

環境ビジョン『未来の森』2015を制定

キヤノンの環境ビジョン「Action for Green」を受け、キヤノンMJグループでは、環境ビジョン『未来の森』2015を制定しました。日本国内でお客さまとの接点を持つキヤノンMJグループでは、自らの環境負荷低減はもとより、社会やお客さまと一緒に取り組むCO_2削減活動や社会貢献活動を推進することで、豊かさと地球環境を両立する社会づくりに貢献していきます。

『未来の森』2015
キヤノンマーケティングジャパングループは、「共生」の理念のもと、地球上のあらゆる生物の多様性に配慮し、森や故郷を後世に永遠に残すため、豊かさと地球環境を両立する社会づくりに貢献します。そのために、自らは、より少ない資源で効率的な事業活動(資源生産性の最大化)を実践し、社会やお客さまとは、私たちの提供する商品やITソリューションを通じてともに環境負荷低減活動を行います。

『未来の森』2015を実現する3つの活動

『未来の森』2015を実現するために、次の3つの活動を行います。

『未来の森』2015を実現するための3つの活動

事業所や物流におけるCO_2排出量削減

事業所や物流におけるCO_2排出量削減

キヤノンMJグループは、オフィスでの業務や物流段階で発生するCO_2を削減するために下記の活動を実施しています。

- 事業所での環境配慮活動推進
- 社有車の効率的な利用と電気自動車・電気自転車の導入
- 情報発信による従業員の環境意識・行動喚起
- 輸送効率の向上
- 輸送・梱包資材の省資源化

製品・ITソリューションでお客さまのCO_2排出量削減に大きく貢献

優れた省エネルギー性能を持つ複合機「imageRUNNER ADVANCE」などの環境配慮製品や、TV会議システムなどのITソリューションの提案を通じて、お客さま先のCO_2削減活動を支援しています。
また、お客さまの環境配慮活動を支援する情報をcanon.jp「環境への取り組み」ページの「GREEN NAVI」などで発信しています。

- 環境配慮製品の拡充と提供
- 環境ソリューション商品の提供
- お客さま先のCO_2排出量の見える化と製品の使い方提案
- 製品・消耗品の回収・リサイクル強化と効率化

環境分野で社会に貢献

さまざまな社会貢献活動の中でも、森林保全・保護活動分野での社会貢献活動を通してCO_2削減と生物多様性の保全に貢献していきます。
全国に営業拠点を持ち、また多くのパートナーと一体となって事業展開しているマーケティング会社ならではの特性を活かして、NPOとも積極的に連携しながら、パートナーやお客さまとともに環境保全活動を実施していきます。

- 直接的あるいは間接的な森林保全・保護活動推進
- 一般の方への環境教育推進と学校関連への環境教育支援
- 森林関連商品の利用推進

「未来につなぐふるさとプロジェクト」スタート

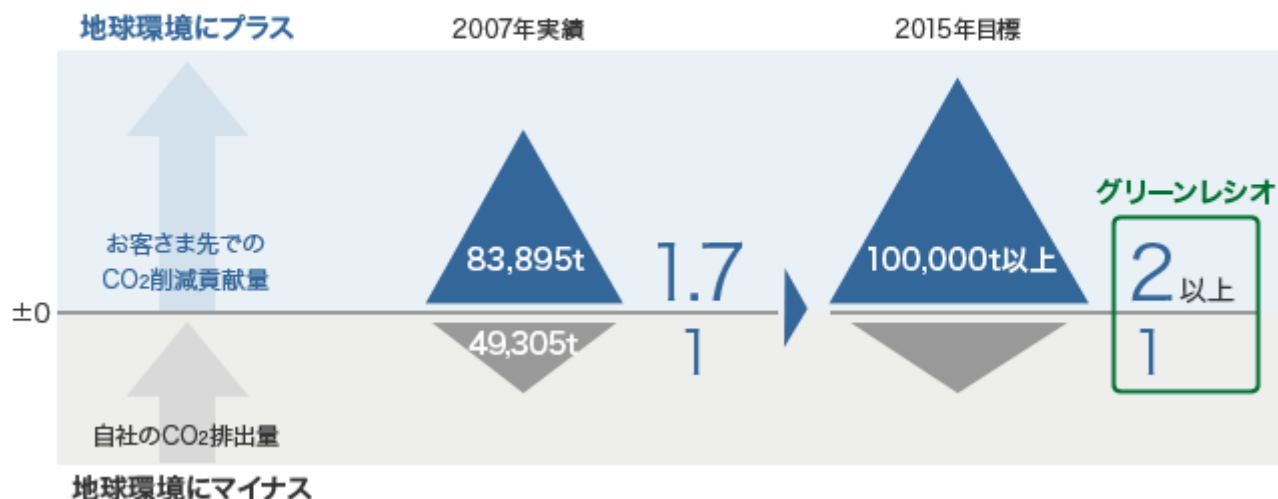
子供たちの未来に美しく緑豊かな「ふるさと」を残していくことを目指し、2010年5月には、「未来につなぐふるさとプロジェクト」をスタートしました。

「学生向け環境教育」を開催

キヤノン S タワーにて、学生向け環境教育として「リサイクル活動を学ぶ」を実施しています。

グリーンレシオを設定

キヤノンMJグループは、事業所や物流におけるCO_2削減量とお客さま先でのCO_2削減貢献量について、「お客さま先でのCO_2削減貢献量年間10万トン以上を目指し、自社排出量比で2倍以上とする」という目標を設定しました。この自社CO_2排出量とお客さま先でのCO_2削減貢献量との比率を「グリーンレシオ」と呼んでいます。

「お客さま先でのCO_2削減貢献量年間10万トン以上を
目指し、自社排出量比で２倍以上とする」

グリーンレシオ

2011年のグリーンレシオ達成状況

- オフィスや物流の省エネ活動による自社のCO_2削減
- 「imageRUNNER ADVANCE」の販売拡大によるお客さま先でのCO_2削減

2011年は、自社のCO_2排出量削減では、オフィスや物流の省エネ活動を一層推進したことにより、CO_2排出量を絶対量で削減できました。また、お客さまのCO_2削減活動への貢献では、オフィス向け複合機「imageRUNNER ADVANCE」の販売拡大などにより、CO_2削減貢献量を増やすことができました。これにより、グリーンレシオは、「1:2.96」となりました。
なお、2015年におけるグリーンレシオ「1:2以上」は、2012年の新データセンター稼働を勘案し計画しています。

環境経営環境マネジメント

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、『未来の森』2015を実現するために、キヤノングループの統合環境マネジメントシステムを効果的に運用し、自社CO_2排出量の削減とお客さまや社会の環境負荷低減に取り組んでいます。

キヤノングループ統合環境マネジメントのスコープ

キヤノンMJグループは、キヤノングループと一体となった環境マネジメントシステムを構築（ISO14001 ※ 統合認証）し、「つくる」・「つかう」・「いかす」の3つのステージで環境負荷低減に取り組んでいます。

お客さま接点に立つキヤノンMJグループは、「つくる」のステージでは、マーケティング活動において使用する事業所や物流の省エネを推進するため、オフィスコントロールやワークスタイルの変革、エコ物流に取り組んでいます。
「つかう」のステージでは、お客さま先の環境負荷低減につながる製品やITソリューションの提案、関連する環境情報の発信を行っています。
「いかす」のステージでは、回収・リサイクル活動として、使用済みの複合機やカートリッジなど消耗品の回収を行い、リサイクルにつなげています。

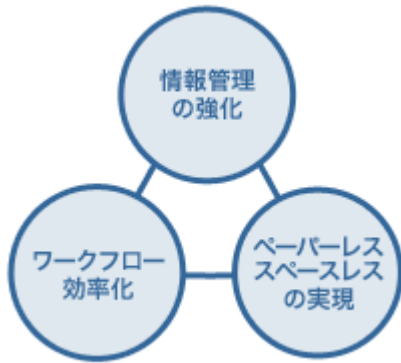
※ ISO14001
事業活動や製品・サービスの環境負荷低減といった環境パフォーマンスの改善を継続的に実施する環境マネジメントシステムを構築するために要求される国際規格。

マネジメントシステムの効率化への取り組み

キヤノングループ統合環境マネジメントによる効果

キヤノングループ各社の環境マネジメントシステムを統合化することで、グループガバナンスの強化を図るとともに、方針・規程類の整備やマネジメント業務の重複廃除などの効率化も実現しました。

「文書管理システム」導入による環境マネジメントシステム文書の電子共有化の効果

キヤノンMJグループは「環境マネジメントシステム 文書管理システム」を構築し、2011年1月より、環境マネジメントシステムを運用する際に発生する膨大な管理文書の電子共有化を行うことで、次の3点を実現しています。

文書管理システム導入の効果

キヤノンマーケティングジャパングループ 環境マネジメントシステム 文書管理システム

1. 情報管理の強化

情報伝達・共有のスピードアップ／文書ステータス把握／環境内部監査工数の削減

2. ワークフロー効率化

文書承認の電子化／履歴管理

3. ペーパーレス／スペースレスの実現

紙文書削減と保管スペース削減によるCO_2削減／コスト削減

文書管理システムを活用することで、下記の運用管理の効率化実現とともに活動の質的向上につなげています。

- 環境影響評価／環境目標設定
- 法令・条例順守徹底
- 拠点エネルギー使用量管理
- 化学物質管理
- 産業廃棄物排出量管理／産業廃棄物委託先管理
- 環境内部監査

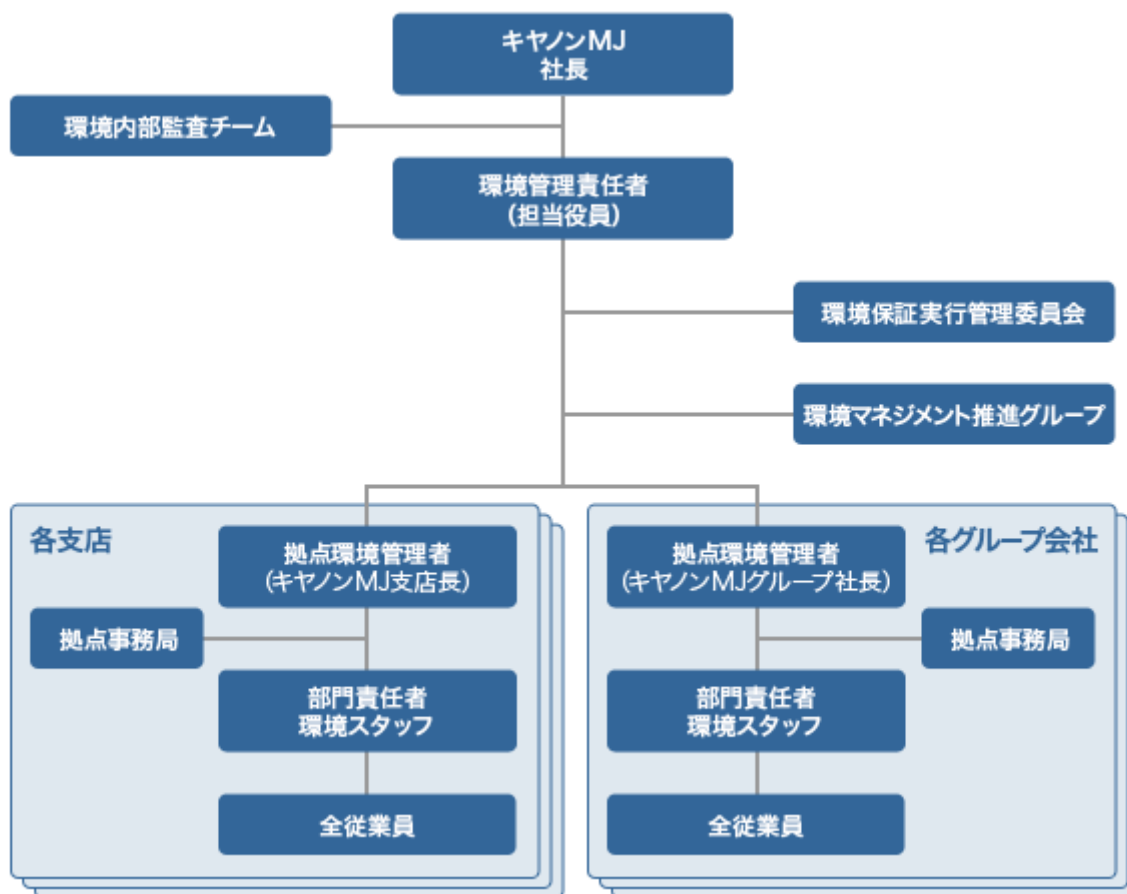
ISO14001:2004統合認証を取得した企業（2012年6月現在）

- キヤノンマーケティングジャパン株式会社
- キヤノンシステムアンドサポート株式会社
- キヤノンITソリューションズ株式会社
    - キヤノンITSメディカル株式会社
    - キヤノンビズアテンダ株式会社
    - スーパーストリーム株式会社 ※1
    - ガーデンネットワーク株式会社
    - クオリサイトテクノロジーズ株式会社
- キヤノンソフトウェア株式会社
    - キヤノンソフト情報システム株式会社
- キヤノンビジネスサポート株式会社
    - オーエーエル株式会社
- キヤノンプリントスクエア株式会社
- エディフィストラーニング株式会社
- キヤノンカスタマーサポート株式会社
- キヤノンフィールドアシスト株式会社

- 昭和情報機器株式会社（青葉台事業所・九段事業所） ※2
- 株式会社エルクエスト ※2

※1　スーパーストリーム株式会社は、5月1日にエス・エス・ジェイ株式会社より社名変更しました。
※2　昭和情報機器株式会社（青葉台事業所・九段事業所）と株式会社エルクエスト（全事業所）は、単独でISO14001認証を取得しています。

キヤノンMJグループ環境マネジメント運営組織

キヤノンMJグループでは、キヤノンMJ社長、環境管理責任者（キヤノンMJ担当役員）のもとに、環境方針や環境目的・目標の策定などを行う「環境保証実行管理委員会」と、各拠点を総括する「環境マネジメント推進グループ」を設置しています。キヤノンMJの各支店やグループ会社に、拠点環境管理者、拠点事務局を設け、グループ全体の環境活動を全員参加で推進しています。
（2011年：キヤノンMJ全拠点およびグループ会社16社の従業員約19,000名）

2011年キヤノンMJグループ環境目的・目標

環境目的

環境経営の推進

環境目標

地球温暖化防止対策の推進
2015年までに、お客さま先でのCO_2削減貢献量年間10万トン以上を目指し、自社排出量比で2倍以上とする

製品／消耗品の回収・リサイクル体制の強化
2011年新回収・リサイクル体制の整備

お客さまの環境配慮活動を支援する情報発信

2011年度お客さまへの環境負荷低減提案活動の推進

環境経営環境人材の育成

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、環境保全活動を実践する従業員に対して、役割に応じた環境教育を実施し、お客さまや社会のために自発的に行動できる人材を育成しています。

環境人材を育成するしくみ

キヤノンMJグループでは、従業員一人ひとりが日々の業務を通じて、お客さまや社会の環境負荷低減活動に貢献できるよう、「環境パーソン ※ の育成」と「環境スペシャリストの育成」に取り組んでいます。

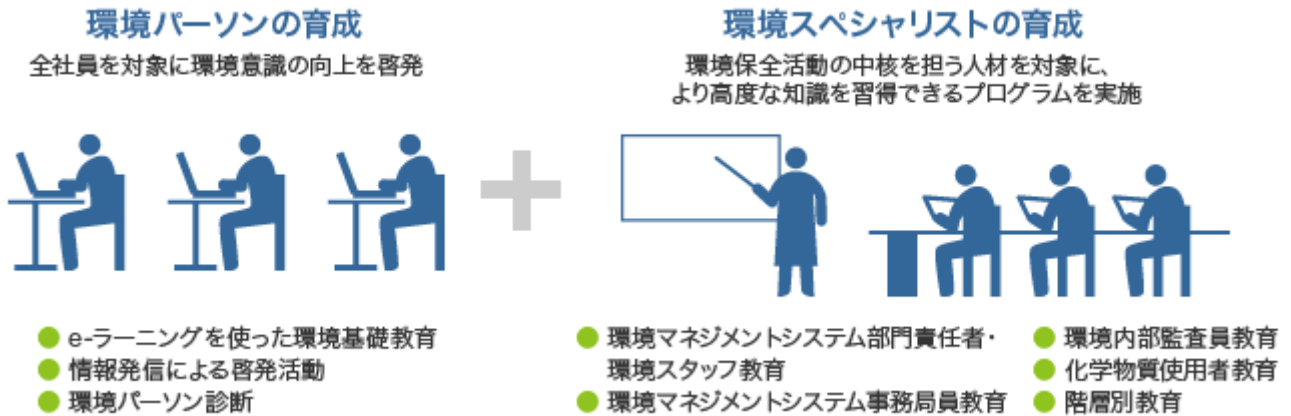
環境パーソンの育成

全社員を対象に環境意識の向上を啓発

環境スペシャリストの育成

環境保全活動の中核を担う人材を対象に、
より高度な知識を習得できるプログラムを実施

- e-ラーニングを使った環境基礎教育
- 情報発信による啓発活動
- 環境パーソン診断

- 環境マネジメントシステム部門責任者・環境スタッフ教育
- 環境マネジメントシステム事務局員教育
- 環境内部監査員教育
- 化学物質使用者教育
- 階層別教育

※ 環境パーソン
自らが環境問題と向き合い、環境に関する情報や知識の理解度を自覚・認識し、今後どのように自分自身が環境問題に取り組むなど、自発的に考え行動する人です。

環境パーソンの育成

キヤノンMJグループは、全従業員が、自ら環境問題と向き合い、自発的に考え行動できる環境パーソンになることを目指して、従業員の環境教育に取り組んでいます。

e-ラーニングによる環境基礎教育

「環境基礎教育」では、「地球問題とは何か？」といった基礎的なことから、キヤノンMJグループの環境方針・環境マネジメントシステムの重要性、従業員一人ひとりが果たすべき役割といった実践的なことを習得します。
教育方式は、環境に優しいe－ラーニングを採用しています。

環境基礎教育コンテンツ画面

設問診断形式によるウェブ教育

キヤノンMJグループでは、設問に回答していくことで正しい知識が習得できる設問式環境教育を毎年行っています。知識として身につけてもらいたいことを、設問や選択肢の中で説明しているため、読むことで自然に理解することができます。
2011年は、「環境ビジョンと環境目標」「環境マネジメントシステム」「オフィスで取り組む環境活動」、ビジネス上で注意すべき環境活動として「産業廃棄物処理などにおいて取るべき行動」「省エネにおいて取るべき行動」について実施しました。

設問と選択肢、解答の事例:オフィスで取り組む環境活動

設問

オフィス内の環境保全活動は、社員一人ひとりの取り組みが何よりも重要です。環境保全の観点から社員がとるべき行動として、以下の選択肢から、あなたが誤っている(不適切)と思うものを選んでください。

選択肢と解答

選択肢		解答	
A	誰もいない会議室の電気がついていたので、省エネのため消灯した。	○	適切です。 無駄な電気の使用を見かけたら、誰かが消すのを待つことなく、自ら使用していないエリアや居室の消灯に努めてください。
B	晴天の時には、窓際のブラインド・カーテンを利用して照度調整を行い、会議室や窓側照明の消灯を実施した。	○	適切です。 ブラインドやカーテンを上手く利用することで省エネができます。気がついたことからで良いのでコツコツと省エネに取り組みましょう。
C	職場内では、ごみ分別ルールさえ守っていれば、捨てる分量が多くても問題ないと考え、大量にごみを捨てている。	×	不適切です。 ごみの分別は、皆さんのご理解ご協力により徹底できています。しかし、ゴミを減らす取り組みはまだ十分に行われていません。 一人ひとりがごみを極力発生させないように、無駄なプリントの削減や物を長く使う努力をすることも大切です。 「もったいない」の精神で、ごみそのものを減らすことにも努めましょう。
D	職場内で自ら取り組んだ省エネ成功事例をまとめてお客さまにも推奨している。	○	適切です。 各組織でのユニークな省エネの取り組みやエネルギーコスト削減に結び付いた事例をお客さまにもご紹介することで、お客さま先や社会の環境負荷低減にも貢献できます。自らのオフィスでの環境活動を通してお客さまとの関係構築が図れるでしょう。

試験コンテンツ画面

解説コンテンツ画面

メールやイントラネットを通じて環境情報を発信

キヤノンMJグループは、従業員の環境保全への意識を高めるために、環境情報を定期的に発信しています。

「環境トピックス」

世の中の環境関連のニュースや法令動向などの最新の外部環境情報を、イントラネットを使って全従業員へ毎月1回発信しています。

環境に関する販売支援情報サイト「環境ポータル」

営業部門の従業員に対して、お客さまへの営業活動において必要な「製品含有化学物質情報」や「製品の回収・リサイクル情報」、「お客さまに役立つ環境情報」などを、イントラネットを使って発信しています。
また、ビジネスパートナーの皆さまや従業員向けの学習用資料として、お客さま先環境負荷低減の提案に必要な基礎知識を

まとめた「製品環境コンテンツ」を定期的に掲載しています。

イントラネットで掲載している社員向け販売支援情報サイト「環境ポータル」

環境活動の啓発

キヤノンMJグループでは、コンプライアンス活動の一環として、毎週月曜日に全グループの従業員へ「今週のコンプライアンス」というメールマガジンを配信しています。この活動と連携し、環境活動の知識の習得や意識啓発につながる内容を適宜配信しています。

今週のコンプライアンスで配信した環境関連テーマ（2011年）

- みんなでECO！～廃棄物の適切な処理を業務の場面ごとに確認しましょう～
- みんなでECO！～一人ひとりの意識と行動が大きな成果に～
- みんなでECO！～廃棄物の適切な処理を推進しましょう～

環境スペシャリストの育成

e-ラーニングによる環境スタッフ教育

キヤノンMJグループでは、環境マネジメントシステムの運用・内部監査を担う従業員や、環境負荷の大きい産業廃棄物・化学物質を取り扱う従業員に対し、専門的な環境知識を習得してもらうため「環境スペシャリストプログラム」を実施しています。

環境スペシャリストプログラム」の画面

環境スペシャリストプログラム

- 環境マネジメントシステム 部門責任者・環境スタッフ教育
- 環境マネジメントシステム事務局員教育
- 環境内部監査員教育
- 廃棄物管理者教育
- 化学物質使用者教育

環境マネジメントシステム運用・内部監査者（2011年12月末時点）

拠点／カンパニー事務局	部門責任者	環境スタッフ	環境内部監査員
57名	241名	801名	92名

Canon

事業所での環境負荷低減事業所におけるCO_2排出量の削減

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、自社の事業活動における環境負荷を低減するために、全国の各事業所において、さまざまな取り組みを実施しています。
キヤノンMJグループは、地球温暖化対策に真摯に取り組むために、「オフィスコントロール」と「ワークスタイルの変革」をテーマに環境活動を実施していきます。

取り組みの概要

オフィスコントロール

- 照明・空調の節電対策実施
- 自社ビルの省エネ設備の導入
- PC使用電力低減ソフトウエアによるパソコンの消費電力削減
- 省エネ複合機・プリンターへの入れ替えによる省エネルギーオフィスの推進

ワークスタイルの変革

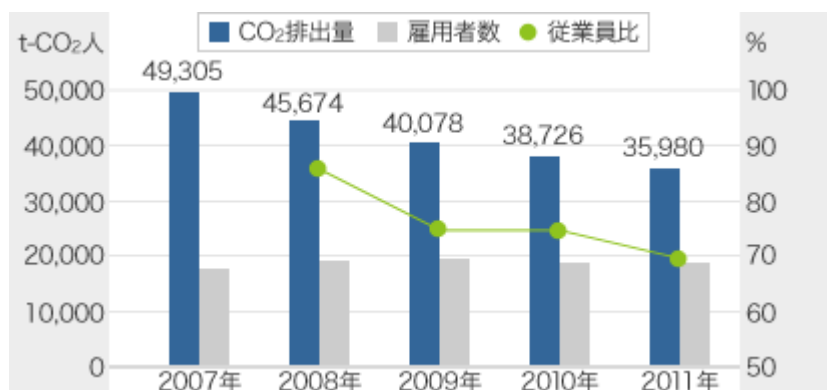
車

- 総台数の削減
- カーシェアリング導入
- 省エネ自動車・自転車への切り替え
- 車の利用を控える
- エコドライブの徹底

業務

- ビデオ会議システム・立ち会議スペースの利用
- 会議の効率化
- ドキュメントの電子化
- ノー残業デーの徹底
- クールビズ

2011年のCO_2排出量の削減と実績

2011年におけるキヤノンMJグループのCO_2排出量は、35,980トンでした。2007年比の削減実績は27%です。

キヤノンMJグループCO_2排出量の推移

2011年のCO_2排出量の削減実績（2007年比）

総排出量比	27%削減
従業員原単位比	30.8%削減
エネルギーコスト比	21%削減

関連情報を見る

事業所での環境負荷低減オフィスコントロールによる環境負荷低減

キヤノン S タワーでの省エネ運用の徹底

キヤノンマーケティングジャパン（以下、キヤノンMJ）の本社ビルであるキヤノン S タワーは、2003年の竣工当初より省エネ設計のビルですが、それに甘んじることなくビルの消費エネルギーを削減するため、運用改善の徹底により大きな成果をあげることに成功しています。2011年には2007年比43.6%の一次エネルギーの削減を達成しました。このような運用改善による省エネの取り組みが評価され、2011年には総務・管理部門向け専門雑誌『月刊総務』が主催する「第2回全国総務大賞」で「コスト削減・省エネルギー部門賞」を受賞しました。
キヤノン S タワーで行っている具体的な省エネ活動は、オフィスツアーなどを通じてお客さまにご紹介しています。

キヤノン S タワーで実施しているオフィスコントロール（主なもの）

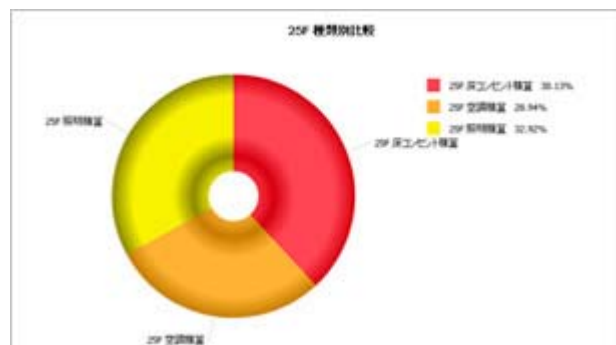
- 省エネオフィス支援ソリューション（CFMS-II）導入によるエネルギーの見える化
- 館内外の照明の適正コントロールによる消費電力削減
- 風量調整、給気温度の調整によるエネルギー使用効率の向上
- 自動ドアの開閉調整による外気取り入れ量の抑制
- 空調の運転スケジュールの見直しによるエネルギー使用効率の向上
- エレベータの間引き運転
- ハンドドライヤーの停止
- 従業員への啓発と従業員の協力による省エネ活動（ノー残業デーの徹底・昼休み一斉消灯・事務所内の一部消灯ほか）

省エネオフィス支援ソリューションによる「エネルギーの見える化」と「電気設備の制御」

キヤノン S タワーでは、「エネルギーの見える化」と「電気設備の制御」が行える「省エネオフィス支援ソリューション（CFMS-II）」を導入しています。
キヤノン S タワーで働くすべての従業員はこの「エネルギーの見える化」を利用し、自分のフロアのみならず、各フロアの電力使用量を自分のパソコン上で、年・月・日・時間ごと、電力の種別ごと（照明・空調・床電力）など、自分が知りたい情報をグラフで誰もが簡単に見ることができます。
このようなエネルギーの見える化を活用し、他のフロアとの比較による良い事例の水平展開や、過去データとの比較・分析による、一層の節電・省エネを可能にしています。
「エネルギーの見える化」は従業員に気付きを与え、管理者には省エネの『ヒント』を与えてくれます。
また、キヤノン S タワーでは、「電気設備の制御」を利用した居室照明の自動制御システムや会議室・応接の管理システムを導入し、オフィス環境の向上や効率化も実現しています。

この省エネオフィス支援ソリューションは、オフィスツアーなどを通じて具体的な取り組みをお客さまに紹介しています。

「エネルギーの見える化」の例

パソコンの画面で確認できる空調動力のフロア別使用量

パソコンの画面で確認できるフロアごとの電力使用種類別の

比較

「エコロジー&エコノミー」をテーマとしたキヤノン港南ビル

2011年7月にキヤノンビジネスサポートの本社ビルであるキヤノン港南ビルが完成しました。キヤノン港南ビルは、メインテーマにエコロジー&エコノミーを掲げ、冷房時の外気利用や自然換気・採光、照明センサー制御などの経済的で効果的な省エネアイテムを採用し、年間一次消費エネルギー1250MJ／m2以内を達成する次世代オフィスビルとなっています。また、運用面からも省エネを推進するために、キヤノン S タワー同様、「省エネオフィス支援ソリューション（CFMS-II）」を導入しています。「エネルギーの見える化」によりコンセント、照明、空調の電力使用量をリアルタイムで閲覧、把握し、ビル全体での消費電力削減に向けた取組みを開始しています。

キヤノン港南ビル

キヤノン港南ビルで採用している主な省エネシステム

- 省エネオフィス支援ソリューション（CFMS-II）
- 高断熱仕様
- 自然換気
- 高遮熱複層ガラス
- 縦フィンによる日射制御
- 冷房時の外気利用
- 高効率照明器具・LED照明
- 照明センサー制御 など

グリーンITの推進

キヤノンMJでは、基幹業務システムが稼働するサーバーとストレージを仮想化技術により移行・統合を実施しました。その結果、サーバーやストレージ台数を減らすことができ、消費電力量やCO_2排出量の大幅な削減につながりました。

関連情報を見る

Canon

事業所での環境負荷低減ワークスタイルの変革による環境負荷低減

ビデオ会議システムやテレビ電話の利用

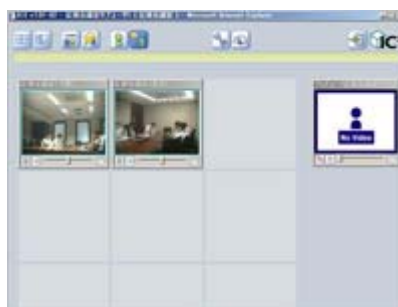
ビデオ会議システムやテレビ電話は、複数の拠点間における人の移動にかかる時間や交通費を削減し、生産性の向上やコスト削減に大きく寄与しています。また、移動時のCO_2削減にも大きな効果があるため、キヤノンMJグループでは、これらを積極的に導入し活用しています。キヤノンMJでは全拠点、キヤノンMJグループでは使用頻度の高い拠点に導入しています。
2011年は、キヤノンMJ単体で通話回数:17,107回、総通話時間:27,080時間の利用がありました。
また、キヤノンシステムアンドサポート(以下、キヤノンS&S)では、ASPを利用したテレビ電話システム「CAOCAO」を主要な拠点に導入することで、社内コミュニケーションの活性化につなげています。
2011年に利用した通話回数は3,632回、通話時間は3,443時間になりました。

ビデオ会議システムを利用して開催した拠点EMS事務局連絡会

キヤノンS&S:CAOCAOをモニターにつなげて開催した責任者会議

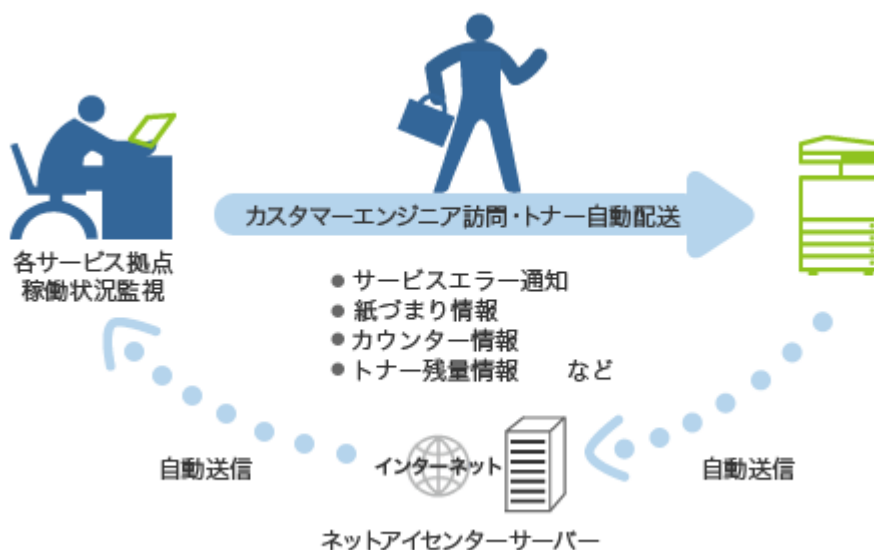
Web会議IC3アイシーキューブの利用

Web会議とは、離れた場所にいる人同士が、インターネットなどの通信回線を利用して行う会議のことです。Web会議の導入により、出張費用や移動時間の削減、業務効率の向上を実現することができます。
キヤノンMJグループがサービス提供するWeb会議システム「アイシーキューブ」は、ウィンドウズ パソコンとインターネット環境があれば、通常のウェブブラウザーで利用可能です。また、動画・音声のやりとり・テキストチャットの他に、パソコン上のファイルを全員に公開(データ共有)したり、特定のパソコンにインストールされたソフトウェアを全員で閲覧・操作(アプリケーション共有)することができます。データ共有やアプリケーション共有によって、通常は同じ空間でなければ実現できない「パワーポイント資料を参加者に見せながらプレゼンテーションを行う」など、遠隔地をむすんだ情報共有をリアルタイムに行うことができます。

IC3アイシーキューブを使った会議の様子

IC3アイシーキューブのPC画面

オンラインサポートシステム「NETEYE」の装着推進

キヤノンMJグループでは、インターネットを利用して複合機/レーザービームプリンターの、万が一のトラブルやトナー残量を自動検知する遠隔監視システム「NETEYE」のお客さま機器への装着を推進しています。
常に機器の状態をモニターし、トラブルの特性を自動収集することで、カスタマーエンジニアはお客さまの機器の状況を事前に把握し、メンテナンスやアドバイスを提供します。交換部品が必要な場合でもあらかじめ手配が行えるため、復旧作業にか

かる時間も大幅に短縮できます。
この結果、サービス業務が効率化され、お客さまの管理負荷を低減しながら、訪問回数を減らすことができ、移動に伴うCO_2排出量の削減を実現しました。

サポートシステム「NETEYE」のしくみ

自動車の効率的な利用と省エネ自動車の導入による省エネ活動

全国の拠点で社内カーシェアリング制度を導入

キヤノンMJでは、社有車の効率的な利用を促進するために、社内カーシェアリング制度を導入しています。従業員は、社有車の利用状況を専用ウェブ画面から確認でき、無駄なく利用できます。
この結果、自動車保有台数の削減、CO_2排出量の削減、環境にやさしい移動手段へのシフトを実現しました。

テレマティクスシステムの導入

キヤノンMJでは、「エコドライブ」を徹底するために、テレマティクスシステムを導入しています。各自動車にテレマティクスシステムを搭載し、走行情報・燃費情報・車の稼働率などをデータとして取得し、ドライバーと車両管理者へフィードバックしています。
この結果、安全運転・環境に配慮した運転が徹底され、事故・違反が減少しました。

省エネ自動車および電動自転車の導入推進

キヤノンMJグループでは、営業やサービス活動に使用する社有車を、省エネや環境負荷低減のために、電気自動車・ハイブリッド車などの省エネ自動車や電動自転車への入れ替えを推進しています。

品川地区に導入した電気自動車

関連情報を見る

事業所での環境負荷低減従業員の意識を高める取り組み

各事業所での取り組み

各事業所では、自治体が実施している表彰制度、認定制度に応募することで、環境意識を高め、自主的かつ積極的に環境負荷低減活動に取り組んでいます。

自治体により表彰、認定された事業所

事業所	表彰や認定の内容
キヤノンMJ岡山営業所	「岡山市事業系ごみ減量化・資源化推進優良事業者表彰制度」優秀賞受賞
キヤノンMJ長野営業所	「ながのエコサークル認定制度」ゴールド認定
キヤノンMJ名古屋支店	「エコ事業所認定制度」認定
キヤノンMJ高松営業所	「高松市地球にやさしいオフィス部門」で事業系廃棄物の減量・資源化優良事業者として表彰

取り組み事例：キヤノンMJ岡山営業所

今回の受賞では、岡山営業所で実施しているゴミの仕分けルールの明確化、ゴミ捨て場の整備、印刷物の放置をなくすICカード認証の導入など、ゴミの削減につながる取り組みを多くのお客さまにオフィスツアーを通して紹介していることが評価されました。
この表彰制度は事業系一般廃棄物の減量化や資源化で、積極的またはユニークな取り組みを行うなど著しい効果を上げた事業者を評価、表彰するものです。優良な廃棄物処理業者を育成するとともに、事業所で発生する廃棄物の減量化・資源化の一層の推進を図ることを目的に平成17年から岡山市が行っています。

市長から表彰状と記念品を授与

受賞された企業の皆さまと記念撮影

岡山市のウェブサイト

紙資源のリサイクル

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）では、オフィスで発生する機密文書の廃棄にあたり、資源の有効活用と廃棄物削減に取り組んでいます。
具体的には、キヤノンMJグループ会社のオーエーエルが機密文書回収ボックスに集まった機密文書を、製紙工場へ搬入して融解し、ダンボールの中芯やティッシュ箱などの板紙に再生しています。

機密文書リサイクルの流れ

お客さま先での環境負荷低減環境配慮製品・サービスの提供

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、お客さま先の環境負荷低減に貢献するために、環境配慮製品の提供はもちろんのこと、便利な機能やITソリューションの活用でCO_2削減につながる使い方の提案も行っています。

環境配慮製品の提供

キヤノングループでは、バイオマスプラスチックや再生材料の使用、リサイクルしやすい設計、省エネ性能の向上など環境に配慮した製品をお客さまに提供しています。
キヤノンMJグループではオフィス向け複合機「imageRUNNER ADVANCE」やレーザービームプリンター「Satera LBP」、スモールオフィス向け複合機「Satera MFP」など省エネ製品をお客さまにご提供することで、使用時の消費電力削減を実現し、ひいては社会全体のCO_2削減を推進していきます。

オフィス向け複合機「imageRUNNER ADVANCE」

レーザービームプリンター「Satera LBP」

スモールオフィス向け複合機「Satara MFP」

※ バイオマスプラスチックは「imageRUNNER ADVANCE」「Satera LBP」の一部製品において使用しています。

「GREEN NAVI」サイトでは、オフィス向け複合機「imageRUNNER ADVANCE」やレーザービームプリンター「Satera LBP」、スモールオフィス向け複合機「Satera MFP」の省エネ効果をシミュレーションできます。

> GREEN NAVI

環境負荷低減につながる使い方を提案

キヤノンMJグループでは、製品の使い方の工夫によるオフィスの環境負荷低減を提案しています。
こうしたオフィスの環境負荷低減の実例を、キヤノンMJの本社であるキヤノン S タワーなどでご覧いただくことができます。

取り組み事例

- 複合機とソフトウエアの連動によるコピー・プリントの使用状況集計・分析、印刷設定カスタマイズ、放置プリント抑止などで用紙を節約
- 複合機を利用した紙文書の電子化によるオフィスの省スペース化
- ビデオ会議システムやプロジェクター導入による人移動や紙使用の削減 など

お客さま先の環境負荷低減につながる情報の発信

お客さまの環境負荷低減活動を支援するウェブサイト「GREEN NAVI」

キヤノンMJグループでは、2009年お客さまの環境負荷低減活動を支援するサイト「GREEN NAVI」をキヤノンホームページ上で開設しました。
2010年からは、開設当初からの「オフィス編」に加えて、ご家庭で使用される製品を題材とした「ホーム編」、企業活動においてエコと業務改善を両立するITソリューションを紹介した「ITソリューション編」を追加しています。
2011年は、ITソリューション編に「かんたんシミュレーター」や「事例紹介」を追加したほか、各コーナーに新製品の情報を反映しました。
「GREEN NAVI」は今後もお客さまの環境負荷低減活動に役立つコンテンツを充実していきます。

「GREEN NAVI」のトップ画面

オフィス編

オフィス編では、省資源対応用紙や再生複合機などの環境配慮製品や、消費電力の抑制や無駄な用紙の削減につながる複合機の機能などを紹介。そのほかに、「省エネ・省資源シミュレーター」や「カートリッジ回収シミュレーター」では、省エネ製品への入れ替え効果やカートリッジのリサイクル効果の目安をCO_2換算数値で確認することができます。

複合機を買い替えた場合の省エネ・省資源シミュレーション

ホーム編

ホーム編では、未来を担う子供に、環境について興味や関心を持っていただくために、家庭でよく使われる製品のライフサイクル（つくる→はこぶ→かう→つかう→つかいおわったら）における環境配慮をクイズ形式で紹介。環境にやさしい製品の選び方や使用済み製品の回収方法などを楽しみながら学ぶことができます。クイズに全問解答すると「修了証」が発行されるため、子供の環境学習にも活用いただけます。

環境にやさしい製品をつくるための工夫などをクイズ形式で紹介

ITソリューション編

ITソリューション編では、お客さま先の業務効率改善やコスト削減とともに環境負荷低減を両立するITソリューションについてイラストなどを用いてわかりやすく解説しています。
ソリューションは、「開発・生産」「物流・在庫管理」「IT基盤」「オフィス管理」などのカテゴリー別に紹介されているほか、「資源・エネルギー削減」「物流エネルギー削減」「スペース削減」などの環境負荷低減効果から検索することもでき、お客さまの課題にあわせて活用いただけます。

各ITソリューションについてわかりやすく解説

キヤノングループは「商品ライフサイクルトータルでの環境負荷削減を実現する提案活動とサービス提供 ～GREEN NAVIとECO情報プラグイン～ 」で第8回エコプロダクツ大賞エコサービス部門エコプロダクツ大賞推進協議会特別賞（節電優秀賞）を受賞しました。

製品環境データシート「GREEN PROFILE」

お客さまが必要とされる製品環境情報は、「グリーン購入法」・「エコマーク」など環境規格への適合情報や、製品の有化学物質廃除、省エネ・省資源、使用後の回収・リサイクルに関する情報など多岐にわたり、それぞれの情報がウェブサイト上に公開されています。

こうした情報を一元的に確認できる製品環境データシート「GREEN PROFILE」を2009年12月よりウェブサイト上に公開しています。

「GREEN PROFILE」では、お客さまが環境負荷の少ない製品を安心して選択できるよう、今後も製品の環境配慮情報をわかりやすく開示していきます。

Canon

GREEN PROFILE 製品環境データシート

製品環境データシート「GREEN PROFILE」

関連情報を見る

お客さま先での環境負荷低減ITソリューションによる環境負荷低減

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)では、ドキュメントソリューションをはじめさまざまなITソリューションを提供しています。これらITソリューションの活用は業務効率化やコストダウンだけでなく、人や物の移動削減、資源の消費抑制など環境負荷低減につなげることができます。

キヤノンMJグループが提供する主なITソリューションとその環境負荷低減効果

カテゴリー	主なソリューション	環境負荷低減効果
ドキュメント	電子帳票システム、ドキュメントマネジメントシステム、出力管理システム、ECMソリューション	無駄な紙消費の削減、書類保管スペースの削減など
IT基盤	サーバー仮想化	消費電力の削減、設置スペースの削減など
アウトソーシング	データセンターサービス、オフィスIT支援サービス	効率的運用可能なデータセンターへの集約による消費エネルギーの削減、設置スペースの削減など
業種向け	開発・生産管理ソリューション、輸配送計画ソリューション、物流効率化ソリューション	開発・生産効率化による資源・エネルギー消費削減、倉庫スペース削減、物流効率化によるエネルギー消費削減など

消費電力・CO_2排出量の見える化を推進するソリューションの提供

省エネオフィス支援ソリューション:キヤノンITソリューションズ

キヤノンMJとキヤノンITソリューションズは、「省エネオフィス支援ソリューション」を提供しています。
「省エネオフィス支援ソリューション」は、電力の「計測」「見える化」「削減」をワンストップでご提供します。
また、従来のビルエネルギー管理システム(BEMS)とは異なり大規模なカスタマイズが不要で、低コストで既存の施設にも導入できるため、小規模なオフィスにも対応可能です。

省エネオフィス支援ソリューション導入の流れ

IT支援サービス「HOME」

キヤノンMJはIT支援サービス「HOME」を提供しています。
「HOME」は中小オフィスのITインフラを手軽かつ低コストに構築できるサービスです。クラウドサービスのため環境負荷を抑えた導入が可能です。
機能のひとつである「HOME-ECO」は、パソコンの利用状況を学習し、自動で最適な省電力設定を行います。また、利用場所の電気料金から削減金額も同時に算出されるため、削減された電力量とコストを同時に見える化することも可能です。

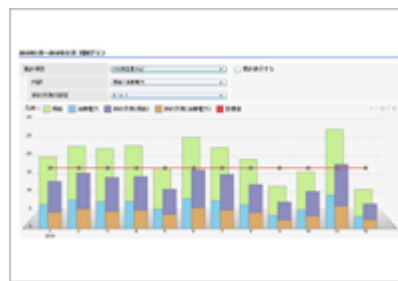
HOME-ECO機能

- パソコンの毎日のCO_2排出量を画面上でポップアップ表示
- 年月週日単位の消費電力量をグラフで可視化
- パソコンの利用状況を学習して最適な消費電力設定を開始

消費電力削減推計量グラフ画面

出力管理システムimageWARE Enterprise Management Console

キヤノングループでは出力機器管理システムである「imageWARE Enterprise Management Console」を提供しています。
「imageWARE Enterprise Management Console」はオフィスで活用している複合機やプリンターなどの出力機器の稼働状況の確認や利用状況の集計などを一元的に管理することができ、管理者の作業負荷を軽減します。
追加機能である「ECO情報プラグイン」は出力機器の運用に伴う消費電力量やCO_2排出量を見える化します。
“誰が、いつ、何枚印刷した”という出力情報と、印刷中、スリープ中などの出力機器のステータス情報から消費電力量やCO_2排出量を計算し、グラフや表でわかりやすく見える化することが可能です。

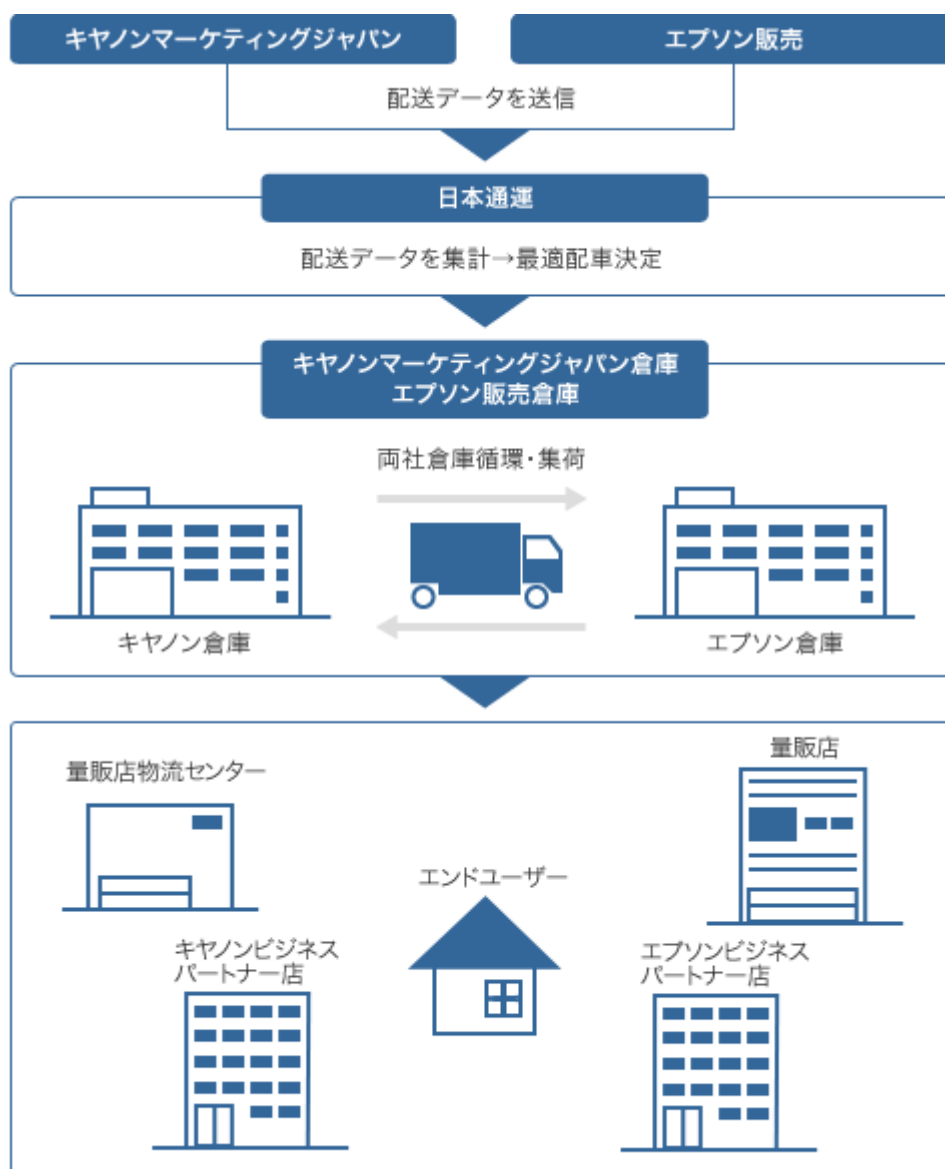
CO_2排出量の算出画面

両面・Nup推進時のCO_2削減シミュレーション画面

関連情報を見る

お客さま先での環境負荷低減商品配送における環境負荷低減

他社との共同配送による環境負荷低減

キヤノンマーケティングジャパン(以下、キヤノンMJ)は2009年6月より、エプソン販売株式会社との間で共同配送を実施しています。両社の荷物を積み合わせて日本通運で配送することにより、単独での配送では難しかった積載率の向上・配送車両の削減につなげています。
現在は、共同配送開始当初からの取り組みである、貸し切り便による同一配送先への共同配送、都市部特定エリアの小口貨物を共同配送でルート配送するエリア共同配送に加え、共同倉庫の推進も実施しています。
こうした取り組みなどにより、2011年は年間約900トンのCO_2削減効果(前年比81%)をあげることができました。
なお、貸し切り便による同一配送先への共同配送の取り組みは、社団法人日本物流団体連合会の第12回物流環境大賞「物流環境特別賞」を受賞しました(キヤノンビジネスサポート株式会社・エプソン販売株式会社・日本通運株式会社 3社共同受賞)。

キヤノンマーケティングジャパン
エプソン販売
配送データを送信
日本通運
配送データを集計→最適配車決定
キヤノンマーケティングジャパン倉庫
エプソン販売倉庫
両社倉庫循環・集荷
キヤノン倉庫
エプソン倉庫
量販店物流センター
量販店
エンドユーザー
キヤノンビジネス
パートナー店
エプソンビジネス
パートナー店

共同配送のしくみ

製品の梱包材削減の取り組み

キヤノングループでは、輸送にともなうCO_2排出量を削減するために、製品の小型化はもちろん、製品の梱包材削減にも取り

組んでいます。
キヤノンMJグループにおいても、商品配送時や修理・保守時に使用する梱包材を削減することにより、環境保全に貢献していきます。

修理機を配送する際に使用する梱包箱

量販店への配送時に使用する梱包箱

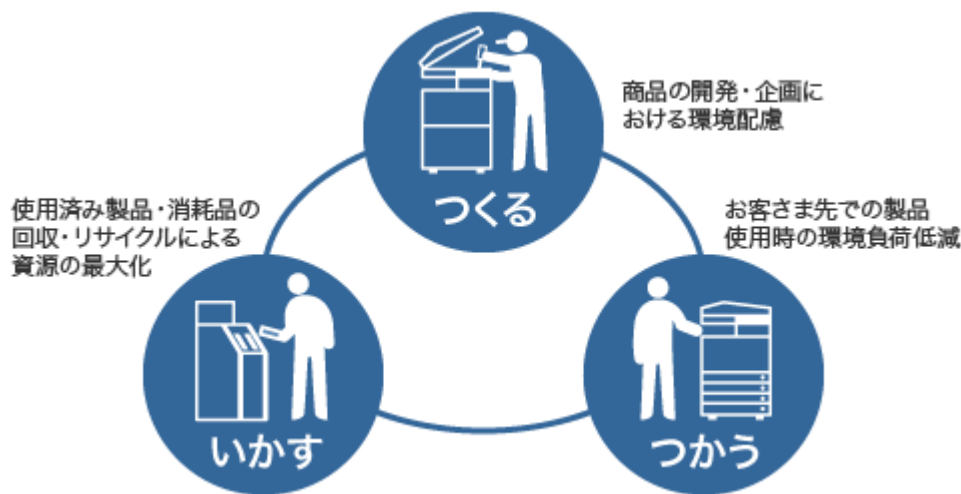
保守サービス用のパーツを梱包するポリ袋

関連情報を見る

環境経営製品ライフサイクルにおける環境配慮

キヤノングループは、製品のライフサイクル全体で環境負荷低減を図っています。キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）も、独自商品の企画・開発はもちろん、お客さま先での使い方、使用後の回収・リサイクルなどトータルで考え、お客さまや社会全体の環境負荷低減に貢献していきます。

キヤノングループの環境負荷低減活動

キヤノングループは、「つくる」「つかう」「いかす」の製品ライフサイクル全体を見据えて、地球温暖化防止、資源の効率的な活用、有害物質の廃絶といった環境負荷低減に取り組んでいます。
その中で、お客さまとの接点という重要な役割を担うキヤノンMJグループでは、独自に企画・開発する商品の環境配慮はもちろんのこと、お客さま先での製品使用時の環境負荷低減や、使用済み製品・消耗品の回収・リサイクルなどに特に重点的に取り組み、地球温暖化防止や生物多様性保全に貢献していきます。

製品ライフサイクルにおける環境配慮

商品の企画・開発における環境配慮

お客さまに環境配慮製品をお届けするため、キヤノングループでは、製品の企画・開発段階から環境負荷を予め評価し、環境配慮項目を設定する「製品アセスメント」を確立しています。
キヤノンMJグループにおいても、独自に企画・開発する商品について製品アセスメントを実施し、省エネ・省資源化や有害物質廃除に取り組んでいます。
また、製品本体における環境配慮だけでなく、オフセット・クレジットを利用した商品や、売り上げの一部を社会貢献活動に寄付する商品など多様な取り組みも行っています。

製造段階までに発生するCO_2をオフセット―Refreshedシリーズ「iR C3380F-R」

キヤノンは回収した使用済み複合機を厳密な品質基準に基づいて再生したRefreshedシリーズの新機種「iR C3380F-R」を2010年11月に発売しました。
Refreshedシリーズ「iR C3380F-R」は、キヤノン独自の再生技術により質量比で平均84%の部品リユース率を達成し、製造段階までのCO_2排出量を新品製造時と比べ平均80%削減 ※1 しています。
さらに環境省創設のオフセット・クレジット制度を利用して、製造段階までのCO_2排出量ゼロを実現 ※2 しています。

Refreshedシリーズ「iR C3380F-R」

※1　キヤノン独自の算出方法にて算出。
※2　製造段階までに発生するCO_2排出量に相当するCO_2排出枠を購入してオフセット（相殺）することにより、理論上、CO_2排出量がゼロになるという意味です。

売上の一部を社会貢献プロジェクトに寄付—PPC用紙「PB PAPER」

キヤノンMJは、2010年12月に社会貢献型PPC用紙「PB PAPER」を発売しました。
PPC用紙「PB PAPER」は、販売量に応じた金額を社会貢献プロジェクト「未来につなぐふるさとプロジェクト」に寄付しています。
また、A4サイズの用紙に5,000枚入り大容量パッケージを採用することで、配送頻度の低減による物流時のCO_2排出量削減やゴミの削減にも貢献しています。

PPC用紙「PB PAPER」

カーボン・オフセット認証を取得

キヤノンMJは岩手県釜石市の森林整備プロジェクトから創出された間伐材とJ-VER [※1] を用いて、ノベルティなどの木製品のカーボン・オフセット [※2] に取り組んでいます。
この取り組みは環境省基準によるカーボン・オフセット認証を取得しました。

※1　J-VER：環境省が平成20年に創設した制度で、国内のプロジェクトによる温室効果ガスの排出削減・吸収量をクレジットとして認証する制度。
※2　カーボン・オフセット：自らのCO_2排出量のうち、どうしても削減できない量の全部または一部を他の場所での削減・吸収量でオフセット（埋め合わせ）すること。

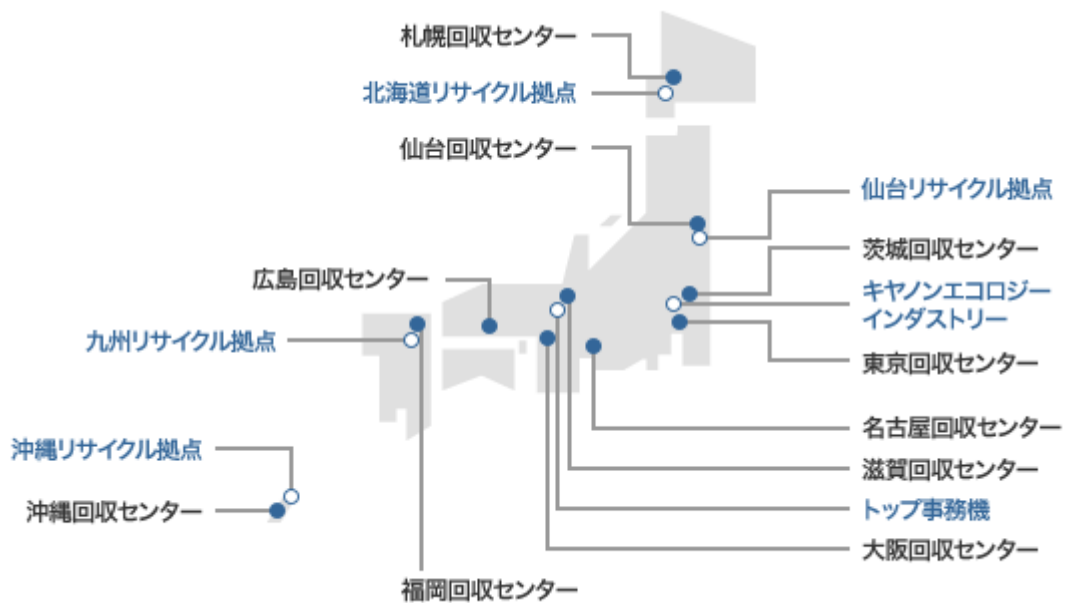
認証番号：4CJ-1100082
URL：www.4cj.org
認証取得者：キヤノンマーケティングジャパン株式会社

環境経営製品の回収・リサイクル活動

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）では循環型社会構築に貢献するため、キヤノンの使用済み本体製品・消耗品の回収・リサイクル体制の構築においてさまざまな取り組みを行っています。

製品回収におけるお客さまの利便性向上と効率化

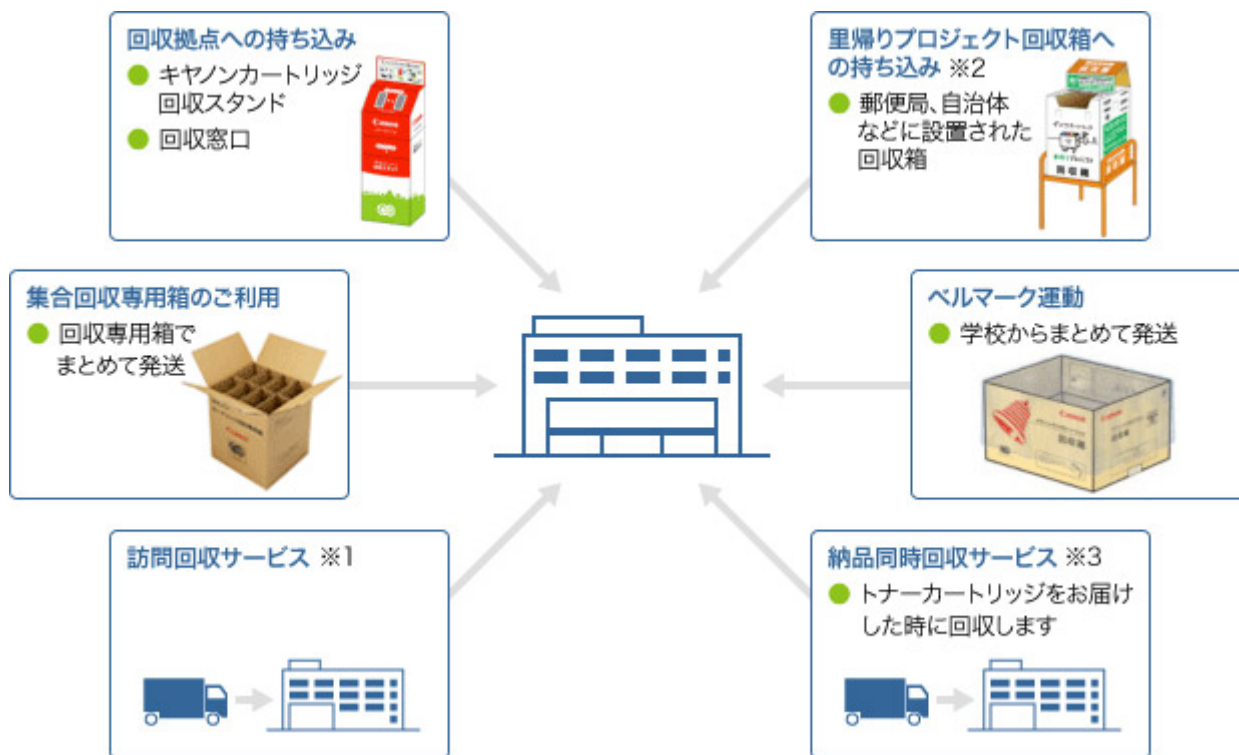
使用済み本体製品のリサイクルネットワークを構築

お客さま先で使用済みとなった製品を効率的に回収するため、全国10ヵ所に回収センターを設置。キヤノングループのリサイクル拠点である「キヤノンエコロジーインダストリー」や「トップ事務機」などと連携して、使用済み製品の再資源化を行っています。

キヤノンリサイクルネットワーク

使用済み本体製品を適正に回収する「キヤノングリーンリサイクルサービス」

キヤノンの使用済み本体製品を産業廃棄物として排出する際に、お客さまがマニフェスト伝票の交付や管理を必要としない「キヤノングリーンリサイクルサービス」を広域認定制度に基づいて有償で行っています。
広域認定制度とは、製造メーカーなどが、回収・リサイクルを広域的に行うことにより、廃棄物の減量や適正な処理が確保されることを目的に、環境省が認定する制度です。

使用済み消耗品の回収ルートの充実

使用済みカートリッジの回収は、お客さまのご協力によって成り立っています。キヤノンMJグループでは、カートリッジ使用量の多いお客さま向け集合回収専用箱のご用意や、お持込みいただくお客さま向けの全国回収拠点設置など、使用済みカートリッジ回収にご協力いただくお客さまの利便性向上のため、さまざまな回収ルートを展開しています。
キヤノンホームページでは、こうした回収サービスのお申し込みや回収拠点の検索などができます。

回収対象	回収方法
トナーカートリッジ	回収拠点への持ち込み、集合回収専用箱のご利用、訪問回収サービス ※1 、ベルマーク運動、納品同時回収サービス ※3
インクカートリッジ	回収拠点への持ち込み、里帰りプロジェクト回収箱への持ち込み ※2 、ベルマーク運動

※1　訪問回収サービスは一本から使用済みトナーカートリッジの訪問回収を承っています。対象製品はトナーカートリッジのみとなります。大口になる場合は集合回収専用箱をご利用ください。
※2　里帰りプロジェクトの対象製品は、インクカートリッジのみとなります。
※3　納品同時回収サービスは、ご希望に添えない場合があります。対象製品は、トナーカートリッジのみとなります。

より環境負荷の少ないリサイクルフローの推進

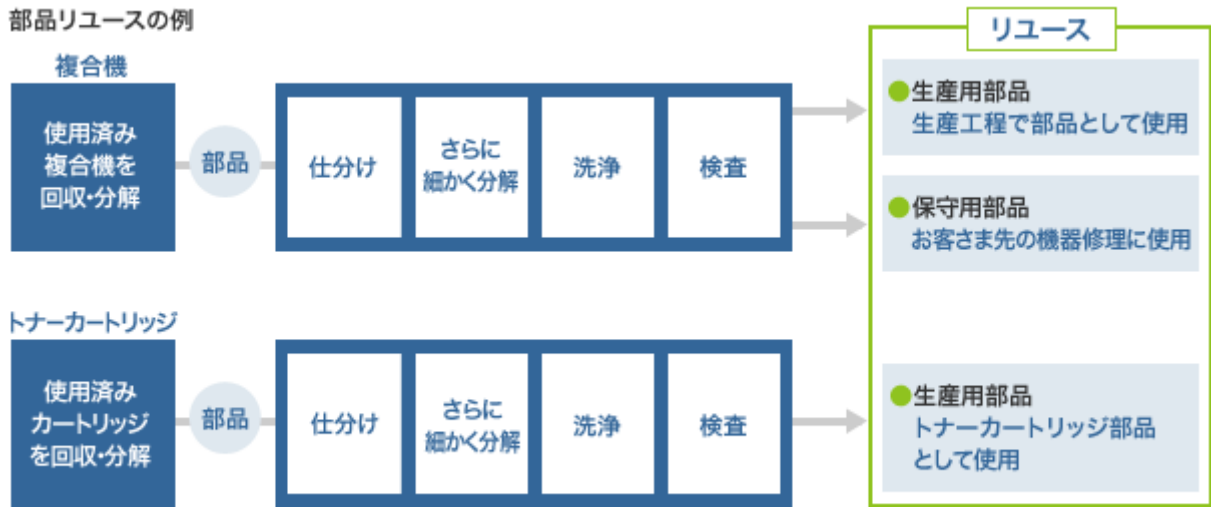
キヤノンMJグループでは、キヤノングループ内のリサイクル拠点である「キヤノンエコロジーインダストリー」や「トップ事務機」と連携して、より環境負荷の少ないリサイクルフローを推進しています。市場から回収した使用済み本体製品・消耗品をできるだけ環境負荷の少ない方法で有効活用するため、キヤノングループ全体でさまざまな取り組みを行っています。

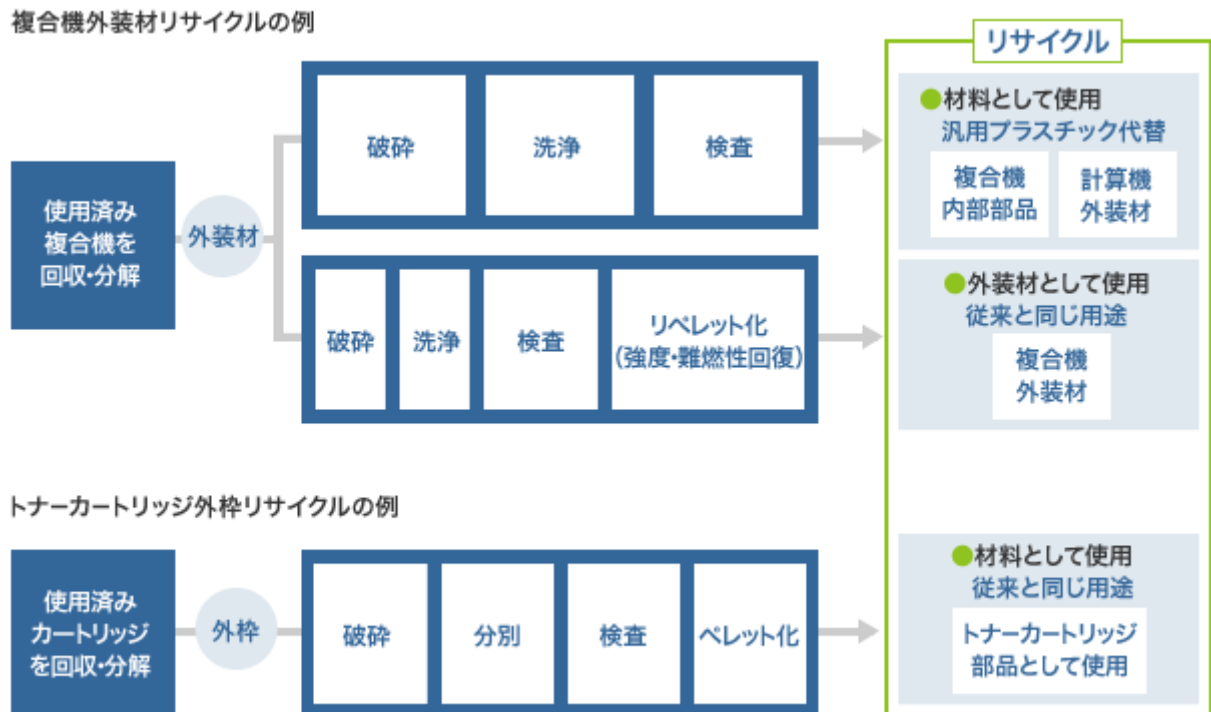
再生複合機「Refreshedシリーズ」

市場から回収した複合機を分解し、リユースできる部品と摩耗・劣化した部品を選別後、洗浄・部品交換などのリフレッシュ工程を経て新品と同等の画像品質・稼働品質基準を保証した再生モデル「Refreshedシリーズ」を販売しています。
2010年発売の「iR C3380F-R」は、キヤノン独自の再生技術により質量比で平均84%の部品リユース率を達成し、製造段階までのCO_2排出量を新品製造時と比べ平均80%削減 ※ しています。

※ キヤノン独自の算出方法で算出。

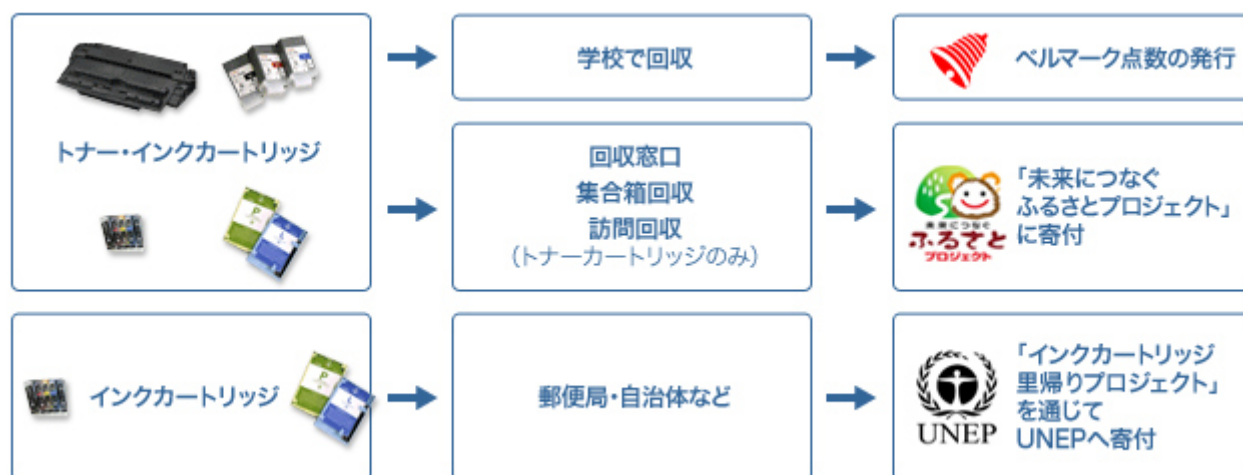
部品のリユース

回収後、部品のリユースを行う使用済み本体製品・消耗品は、ユニット・部品ごとに分解・洗浄されます。
そして新品と同じ厳しい品質基準検査に合格した部品は生産用部品などにリユースされます。

材料リサイクル

市場から回収した使用済み本体製品・消耗品は、リユースができない部品なども、キヤノン製品の材料として使用するよう努めています。

お客さまとの取り組み

お客さまのご協力によって回収された使用済みカートリッジは、資源の有効活用に役立てられているほか、各種のさまざまな活動と連動して環境保全や社会貢献にも役立てられています。

環境保全と社会貢献との連動

使用済みカートリッジ回収はさまざまな方法が用意されており、それぞれの回収方法ごとにベルマーク点数の発行や「未来につなぐふるさとプロジェクト」への寄付、「インクカートリッジ里帰りプロジェクト」を通じたUNEPへの寄付など、環境保全や社会貢献に役立てるしくみが構築されています。

カートリッジ回収シミュレーター

使用済みカートリッジの回収・リサイクルの省資源効果をお客さまに実感していただくために、キヤノンMJではお客さまの環境配慮活動を支援するサイト「GREEN NAVI」にカートリッジ回収シミュレーターを開設しています。
このシミュレーターでは、お客さまが回収にご協力いただいた使用済みカートリッジの数量と期間を入力すると、リサイクルによる環境負荷低減効果をCO_2削減量に換算した数値で実感していただくことができます。

環境経営環境コミュニケーション

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、さまざまな媒体や機会を活用して多様なステークホルダーへ環境情報を開示することで、双方向の建設的なコミュニケーションを行っています。
今後も環境コミュニケーション活動を推進し、安心安全で豊かな「くらし、しごと、社会」の実現に向けて、貢献していきます。

環境展示会への出展

「エコプロダクツ2011」へ出展

キヤノンMJとキヤノンは、多くの方にキヤノンの環境への取り組みを伝えるため、環境展示会「エコプロダクツ2011」に出展しました。プリント一枚やカメラのワンショットなどの「画像一枚あたりのCO_2排出量削減を目指す『一枚からのエコ』」とともに、製品やソリューションの利用シーンごとにキヤノングループの環境への取り組みを紹介しました。
節電への関心が高まっていることから、オフィスの電力削減に貢献する「ECO情報プラグイン」や「省エネオフィス支援ソリューション」「HOME-ECO」など各種ITソリューションも紹介し、キヤノングループの環境への取り組みが製品にとどまらず、オフィスのあらゆるシーンにおいて、お客さまの省エネ活動を支援していることを訴求しました。

キヤノンブース外観

各種ITソリューションの紹介

学生向け環境教育

キヤノンMJグループでは、中高生向けの環境教育として「リサイクル活動を学ぶ」を実施しています。
キヤノングループでは、環境保護政策の一環として、1991 年から自社製品の消耗品回収リサイクル活動をスタートし、今では、使用済みカートリッジの回収数に応じて、森林保護・自然再生のための資金を支援する社会貢献活動を展開しています。
教育プログラムでは、キヤノンの使用済みインクカートリッジのリサイクル工程を具体的に見ることで、地球資源や森林保護の大切さを一緒に学んでいきます。
今後は、小学生向け教育プログラムも展開していきます。

郵便局に設置している使用済みインクカートリッジ回収箱

「リサイクル活動を学ぶ」のプログラム内容

- 会社説明
- リサイクルのしくみを知ろう
    - 地球資源について
    - リサイクルのしくみ
- キヤノンのリサイクル活動に協力しよう

環境教育「リサイクル活動を学ぶ」コンテンツ画面

キヤノン S タワーの省エネ活動セミナー

キヤノンMJ総務本部は、キヤノン S タワーのエネルギー使用を管理し、徹底した省エネ活動に取り組んでいます。この省エネ活動を事例として紹介する外部セミナーを、2011年は35回開催しました。また、オフィス内での課題解決をお客さまに実体験してもらうオフィスツアーでは、省エネ講演を70回開催しました。
キヤノン S タワーの省エネ活動は、2011年12月8日、総務・管理部門向け専門雑誌『月刊総務』が主催する「全国総務大賞」で、「コスト削減・省エネルギー部門賞」(施策名：戦う総務の省エネ)を受賞しました。

オフィスツアーでの省エネ講演の様子

環境経営環境パフォーマンスデータ

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、環境負荷の低減につながる環境パフォーマンスのデータを正確に把握し、活動成果の確認や新たな目標の設定に役立てています。

製品の環境配慮

環境規格取得率

規格	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
グリーン購入法	54／57 (95%)	56／61 (92%)	50／57 (88%)	48／48 (100%)	49／50 (98%)	36／41 (88%)
エコマーク	39／51 (77%)	42／54 (78%)	34／48 (71%)	41／43 (95%)	40／47 (85%)	32／37 (86%)
国際エネルギースタープログラム	54／57 (95%)	55／61 (90%)	53／57 (93%)	48／48 (100%)	40／41 (98%)	26／28 (93%)

※ 数値は規格適合機種数／発売機種数、( )内は規格適合率

事業拠点における環境負荷低減

キヤノンMJグループのCO_2削減実績

		2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
ビルエネルギー	実績(t-CO_2)	26,437	25,734	23,596	22,592	19,099
	対前年比	–	▲2.7%	▲8.3%	▲4.3%	▲15.5%
	2007年比	–	▲2.7%	▲10.7%	▲14.5%	▲27.8%
社有車	実績(t-CO_2)	12,248	11,067	10,178	9,933	10,840
	対前年比	–	▲9.6%	▲8.0%	▲2.4%	9.1%
	2007年比	–	▲9.6%	▲16.9%	▲18.9%	▲11.5%
物流	実績(t-CO_2)	7,834	7,230	5,689	5,998	5,991
	対前年比	–	▲7.7%	▲21.3%	5.4%	▲0.1%
	2007年比	–	▲7.7%	▲27.4%	▲23.4%	▲23.5%
代替フロン類	実績(t-CO_2)	2,786	1,643	615	202	50
	対前年比	–	▲41.0%	▲62.6%	▲67.2%	▲75.2%
	2007年比	–	▲41.0%	▲77.9%	▲92.7%	▲98.2%
合計	実績(t-CO_2)	49,305	45,674	40,078	38,726	35,980
	対前年比	–	▲7.4%	▲12.3%	▲3.4%	▲7.1%
	2007年比	–	▲7.4%	▲18.7%	▲21.5%	▲27.0%
	従業員原単位比	–	▲13.0%	▲24.2%	▲24.4%	▲30.8%

※ 2011年6月に、過去の報告数値を訂正しました。

自社のCO_2排出量とお客さま先でのCO_2削減貢献量の実績

	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年

自社のCO_2排出量(t-CO_2)	49,305	45,674	40,078	38,726	35,980
お客さま先でのCO_2削減貢献量(t-CO_2)	83,895	98,019	94,040	111,436	106,524
この自社CO_2排出量を1とした時の お客さま先でのCO_2削減貢献量の比率	1.7	2.15	2.35	2.88	2.96

お客さま先でのCO_2排出量削減

製品の省エネ性能向上によるCO_2排出量削減実績

2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
12,465トン	18,257トン	15,323トン	35,088トン	34,236トン

※ 複合機・レーザービームプリンター・インクジェットプリンター主要製品の販売実績台数で算出
※ 2007年、2008年の販売機種と2005年時の同セグメント機種との消費電力比較で算出

ITソリューション導入によるCO_2排出量削減実績

2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
28,932トン	28,304トン	31,876トン	31,526トン	29,176トン

※ ドキュメントソリューション・テレビ会議システムなど主要ITソリューションによる移動削減、資源消費の削減、スペース削減を独自にCO_2換算で算出

使用済み製品・消耗品のリサイクルによるCO_2排出削減量実績

2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
42,498トン	51,458トン	46,841トン	44,822トン	43,112トン

※ リサイクルせず廃棄した場合との比較で算出

回収・リサイクル

回収量の実績

	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
製品	14,586トン	14,844トン	15,442トン	11,994トン	11,462トン	11,182トン
消耗品	4,279トン	5,032トン	4,990トン	4,223トン	4,114トン	4,429トン
合計	18,865トン	19,876トン	20,432トン	16,217トン	15,576トン	15,611トン

資源再利用の割合

	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
製品	99%	99%	99%	99%	99%	99%
消耗品	100%	100%	100%	100%	100%	100%

※ 資源の再利用とは、部品や素材として再び使用することをいいます(一部エネルギーへの有効利用を含む)。

グループ内処理率

2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
94%	95%	94%	93%	94%	90%

※ 事務機器製品のリサイクルについては、キヤノングループ会社へ集め、部品のリユースなど、高度なリサイクルを推進する一方で、回収における配送効率向上などを考慮し、地元（各地リサイクル会社）でのマテリアルリサイクルも実施しています。

CO_2集計の基本的な考え方

京都議定書で定める温室効果ガスのうち、エネルギー系温室効果ガスであるCO_2を集計の対象としています。データ集計のさらなる精度向上などにより、過去のデータが修正される場合があります。

事業所における環境負荷低減のCO_2換算係数については、2000年の環境省の公表値を使用しています。

お客さま先でのCO_2削減のCO_2換算係数については、JEMAI-LCA（LCAソフト：社団法人 産業環境管理協会）の係数を主に使用しています。

Canon

情報セキュリティ

キヤノンマーケティングジャパングループは、セキュアな社会の実現と顧客満足度向上のために、情報セキュリティ成熟度の向上に取り組んでいます。

情報セキュリティの基盤強化

情報セキュリティの考え方

- 顧客満足度の向上を支える業務改善活動の推進
- 主要注力テーマ
- 推進フレームワーク

情報セキュリティマネジメント

- CSR委員会による経営レベルの推進体制
- グループ全員参加型のマネジメント体制
- 体系的にルールを整備
- マネジメントシステムの連携による効果的な運用
- 個人情報・機密情報を取り扱う業務委託先への管理・監督の取り組み
- インシデントの検知と発生時対応
- Action 2011 ー 2011年の取り組み

自社グループの情報セキュリティの具体的な取り組み

第三者認証の効果的な活用

- 第三者認証の活用目的
- ISMSを活用した顧客満足度の向上
- プライバシーマークを活用した個人情報保護の強化
- キヤノンMJグループにおける認証取得状況
- Action 2011 ー 2011年の取り組み

情報セキュリティ対策の実装

- 安全で快適なオフィス環境の実現
- グループ全体最適を考えたITセキュリティ
- Action 2011 ー 2011年の取り組み

情報セキュリティ人材の育成

- 情報セキュリティ人材を育成するしくみ
- すべての従業員を対象とした意識啓発と教育
- スペシャリストを育成する教育
- 職場におけるリスク管理意識の向上
- Action 2011 ー 2011年の取り組み

積極的な情報開示と社会への貢献

- セミナーや「オフィスツアー」によるセキュリティ事例紹介
- 情報セキュリティ関連団体への支援
- Action 2011 ー 2011年の取り組み

お客さまへの安心・安全の提供

お客さまへの価値提供プロセスにおける品質向上

- 安心・安全な保守サービスの実践
- 安心・安全な修理サービスの実践
- 安心・安全な開発プロセスの実践

お客さまの情報セキュリティ課題解決への貢献

- 企業の重要課題をセキュリティ対策の視点で支援
- トータルセキュリティソリューションの提供
- 中小オフィス向けIT支援サービス「HOME」
- メール誤送信を防ぐための「GUARDIAN CorrectMail」
- SaaS型機密情報保護基盤「PDFPolicy Service」

- Action 2011 ー 2011年の取り組み

製品への情報セキュリティ品質の取り組み

- 製品やサービスへの情報セキュリティ品質の組み込み
- オフィス向け複合機「imageRUNNER ADVANCE」におけるセキュリティ対策
- オフィス向けレーザービームプリンター「Satera」におけるセキュリティ対策

関連情報を見る

「情報セキュリティ報告書」のPDFデータをダウンロードしていただけます。

情報セキュリティ情報セキュリティの考え方

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、情報セキュリティを重要な経営課題としてとらえ、「情報セキュリティの主要注力テーマ」を設定し、さまざまな活動を実施しています。

顧客満足度の向上を支える業務改善活動の推進

キヤノンMJグループは、「企業の社会的責任としての情報セキュリティ基盤強化」と「お客さまへの価値提供における情報セキュリティ品質の向上」という2つの視点で、グループをあげて情報セキュリティ成熟度の向上に取り組んでいます。
私たちの情報セキュリティの活動は、情報資産の「機密性」「完全性」「可用性」を脅かすリスクやマイナス要素を軽減するだけではありません。業務プロセスを「より安全に」「より確実に」「より効率的に」するといったプラス効果を出すために、お客さまの視点に立って、情報資産取り扱いの側面から"顧客満足度の向上を支える業務改善活動"として推進しています。

主要注力テーマ

1. マネジメントシステムのグループ均質化と効率化
2. グループ共通対策と事業特性に応じた対策の最適化
3. 情報セキュリティ人材の育成
4. 情報セキュリティ活動の積極的な情報開示
5. お客さまへの安心・安全の提供
   - お客さまへの価値提供プロセスにおける情報セキュリティ品質向上
   - お客さまの情報セキュリティ課題解決への貢献

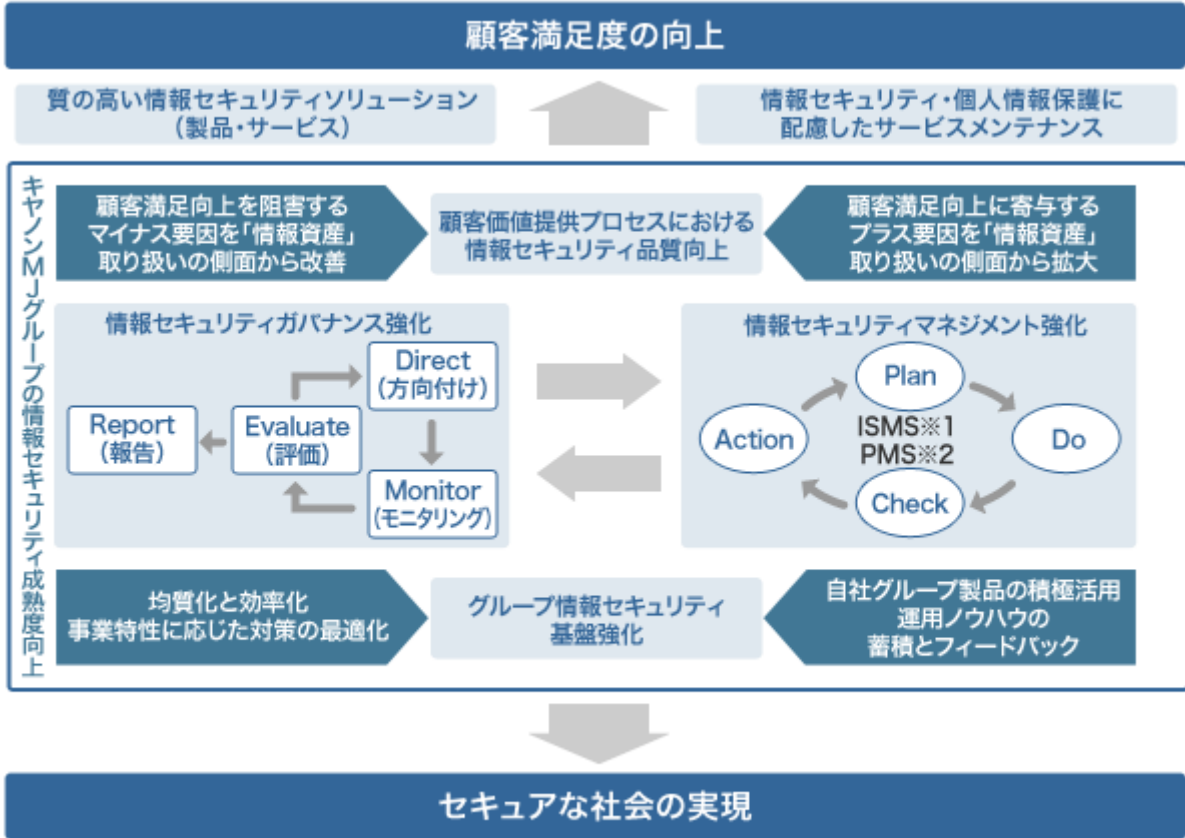
推進フレームワーク

キヤノンMJグループの情報セキュリティ推進フレームワークは、グループ情報セキュリティ基盤強化によるセキュアな社会の実現と、お客さまへの価値提供プロセスにおける情報セキュリティ品質の向上による顧客満足度の向上を目指しています。
情報セキュリティ成熟度の向上にあたっては、情報セキュリティガバナンスとマネジメントシステムの有効性を継続的に改善する取り組みを行っています。

顧客満足度の向上

質の高い情報セキュリティソリューション
（製品・サービス）

情報セキュリティ・個人情報保護に
配慮したサービスメンテナンス

セキュアな社会の実現

※1　ISMS:情報セキュリティマネジメントシステム
※2　PMS:個人情報保護マネジメントシステム

情報セキュリティ推進フレームワーク

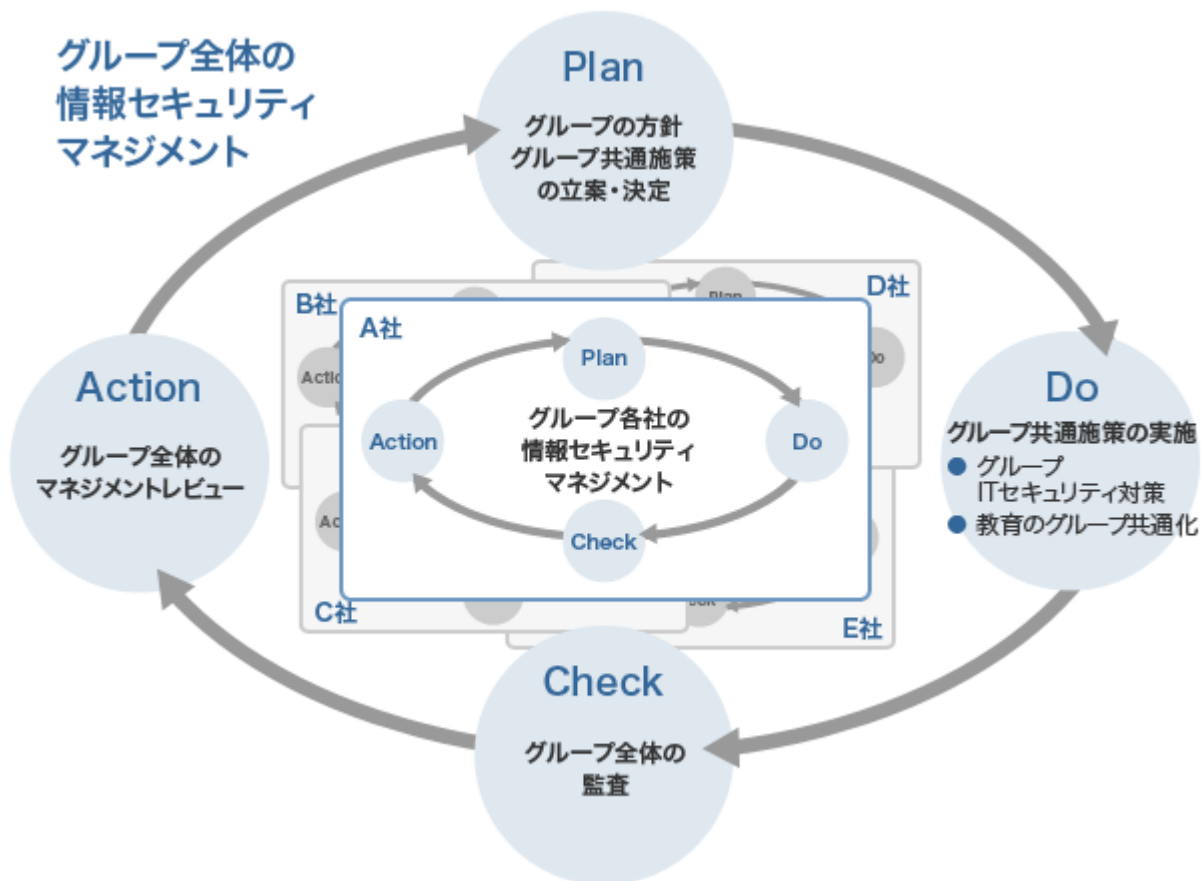
情報セキュリティ情報セキュリティマネジメント

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、「グループ」「CSR連携」「全員参加」の視点に留意し、効果的かつ効率的な情報セキュリティマネジメントを推進しています。

CSR委員会による経営レベルの推進体制

キヤノンMJでは、グループの情報セキュリティガバナンス体制の強化を図るために、キヤノンMJ役員、主要グループ会社社長、社外有識者をメンバーとした「キヤノンMJ CSR委員会」を設置しています。
情報セキュリティガバナンス活動では、経営戦略やリスク管理の観点から情報セキュリティの「方向付け（Direct）」を行い、活動の状況を「モニタリング（Monitor）」し、「評価（Evaluate）」するサイクルを回しています。また、情報セキュリティ報告書を通じて活動結果を利害関係者などへ「報告（Report）」しています。
CSR委員会で情報セキュリティガバナンスを取り扱うことによって、コンプライアンス、環境、労働安全など、関連分野との連携が加速するという効果が上がっています。

グループ全員参加型のマネジメント体制

キヤノンMJグループでは、グループ全体の情報セキュリティマネジメント体制を整備しています。
キヤノンMJの情報セキュリティ主管部門がグループ統括事務局の役割を果たし、自社およびグループ全体の情報セキュリティマネジメントを推進しています。グループ各社にもそれぞれの会社のガバナンス体制に応じて情報セキュリティ主管部門を設置し、各社のマネジメントシステムを推進しています。推進にあたっては、グループ各社間の情報セキュリティ事務局業務の重複を解消し効率化を図っています。
各社の情報セキュリティマネジメント体制は、全社管理体制と部門管理体制の2つの構造になっています。
全社管理体制では、グループ本社機能を持つ組織が、IT・物理・人的セキュリティ施策など、グループ共通のルールや対策の企画立案・推進を行っています。
部門管理体制では、事業部門ごとにPDCAの運用が行えるよう、部門統括管理者や推進担当者を配置しています。
このような体制でマネジメントを推進することで、グループ全員参加型の活動の定着を図っています。

キヤノンMJグループ全体のPDCAとグループ各社のPDCA

キヤノンMJグループ
情報セキュリティ統括体制

グループ統括責任者

情報セキュリティ統括管理者

情報セキュリティ統括事務局

監査責任者

ITセキュリティ
管理責任者

グループ全体を管理

情報セキュリティ
教育責任者

従業員管理責任者

物理的セキュリティ
管理責任者

キヤノン MJ 単体の管理およびグループ全体の支援

グループ各社の情報セキュリティ事務局と連携

グループ各社の
マネジメント体制

情報セキュリティ事務局

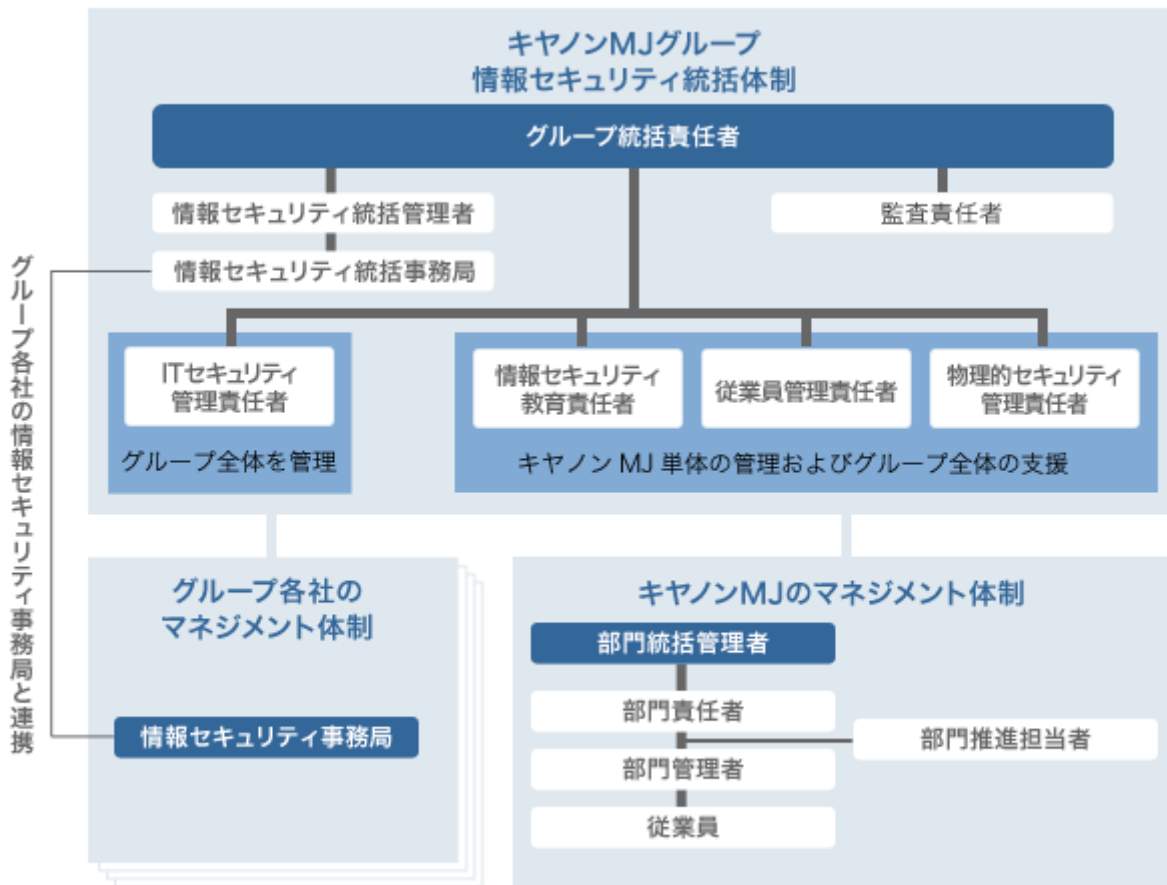
キヤノンMJのマネジメント体制

部門統括管理者

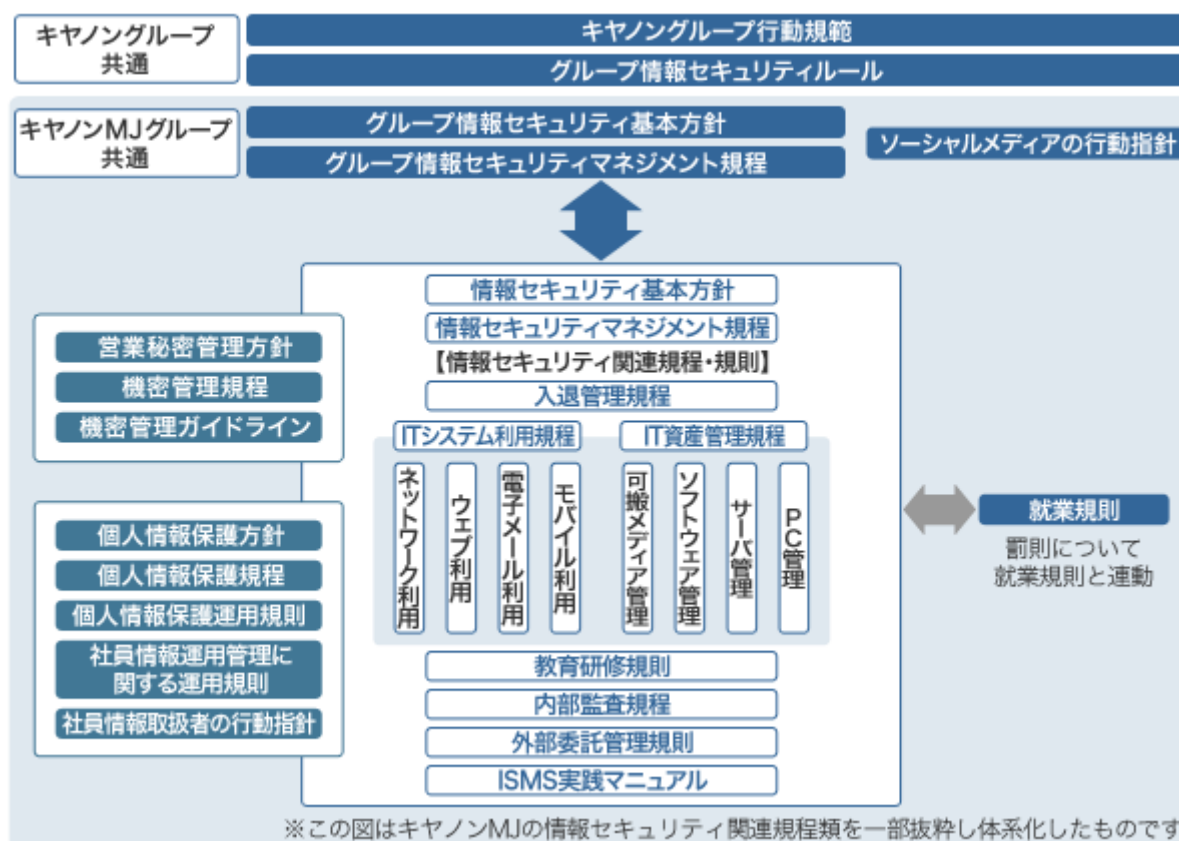
部門責任者

部門管理者

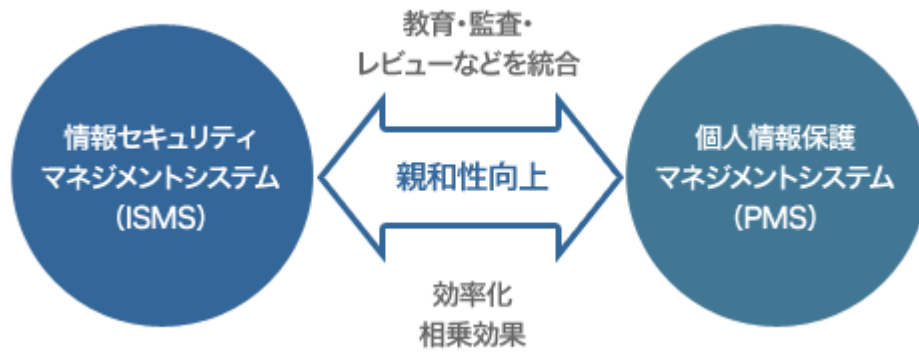
従業員

部門推進担当者

キヤノンMJグループの情報セキュリティマネジメント体制

体系的にルールを整備

キヤノンMJグループでは、キヤノン(株)のグローバル基準である「グループ情報セキュリティルール」(ISO／IEC27001:2005に準拠)を基軸としながら、グループ全体の情報セキュリティを推進するための幹となる「グループ情報セキュリティ基本方針」と「グループ情報セキュリティマネジメント規程」を制定しています。
その下で、グループ各社で均質化したマネジメントを運用するために各社ごとのルール体系を整備し、情報セキュリティマネジメントシステムを構築しています。
個人情報と営業秘密については、重要な情報資産であることから、個別の方針・ルールを整備しています。特に個人情報保護については、個人情報保護法よりも一段高いレベルの管理を行うために、JISQ15001:2006に準拠したマネジメントシステムを構築し運用しています。

情報セキュリティに関するルール体系

マネジメントシステムの連携による効果的な運用

キヤノンMJグループでは、情報セキュリティマネジメントシステム(ISMS)と個人情報保護マネジメントシステム(PMS)を両輪として、親和性を向上し、継続的な運用改善を行っています。
具体的には、教育・監査・レビューなどを統合し、リスクアセスメントなども重複しないよう連携して実施することにより、効率化だけでなく相乗効果も生み出しています。

マネジメントシステムの連携

個人情報・機密情報を取り扱う業務委託先への管理・監督の取り組み

キヤノンMJグループでは、外部委託先の選定基準や安全管理措置の確認方法などを定めたルールや管理体制を整備し、業務委託先に対して適切な管理・監督を行っています。具体的には、個人情報の委託先における業務フローや安全管理措置に関して、書面による確認を定期的に行っています。また、預託する個人情報がセンシティブな内容の場合には、現地視察を含めたより質の高い管理・監督を実施しています。
グループ会社間で業務委託を行う場合であっても、均質的な情報セキュリティマネジメント体制を構築していることを踏まえて、効率的かつ効果的な管理・監督を行っています。
複合機の保守サービス業務やソフトウェア開発業務などを委託しているパートナー企業に対しては、情報セキュリティの実践教育や、定期的な学習会を実施し、情報セキュリティ品質の向上に努めています。

インシデントの検知と発生時対応

情報セキュリティ・インシデント(事象・事件・事故)発生時に、適切な対応を迅速に行うため、グループ全体でインシデント管理体制を整備しています。
インシデントの検知については、グループITガバナンスの中で、次のような監視を行っています。

- 電子メールのモニタリング
- ウェブ利用状況のモニタリング
- ソフトウェアのインベントリー取得
- コンピューターウイルスの侵入検知
- 全社サーバーへの不正アクセス監視
- IPアドレスの不正使用監視
- モバイル利用状況
- パソコンのハードディスク暗号化実施状況

また、従業員にインシデント発生時の報告を義務付けるとともに、報告ルートを整備しています。
インシデント発生時には、発生原因を究明し、是正処置・再発防止策(予防処置)を速やかに行います。万が一、個人情報や機密情報が漏えいした場合には、お客さまへの報告、お詫び、二次被害防止などの救済措置に優先的に取り組みます。あわせて、関係省庁や関係機関への報告も行っています。

キヤノンMJでは、2010年よりインシデントの報告と進捗管理をシステム化することで、関係者全員でインシデント対応状況をリアルタイムに情報共有し、迅速で適切なインシデント対応を実現しています。
このシステムは順次グループ会社に展開しており、グループ全体のインシデント管理レベルの向上を図っています。

Action 2011 ― 2011年の取り組み

CSR委員会での情報セキュリティ関連テーマの報告・承認

四半期に一度CSR委員会を開催し、情報セキュリティに関する内外環境変化や活動状況などのレビューを行いました。2011年の主な報告・承認事項は、以下の通りです。

- キヤノンMJグループのウェブサイト不正アクセス対策の報告
- キヤノンMJグループにおけるプライバシーマークの活用方法に関する承認
- 営業秘密管理実態調査の実施に関する報告
- ISMSグループ統合認証審査結果報告

ソーシャルメディアの利用に関する細則の制定

キヤノンMJグループの各部門がソーシャルメディアを利用した情報公開・配信、および利用者とのコミュニケーションを行うための手順を定め、ソーシャルメディアによる情報公開の安全かつ円滑な運営を図ることを目的に「ソーシャルメディアの利用に関する細則」を制定しました。

パートナー企業の情報セキュリティ品質の向上

複合機の保守サービス業務を委託しているパートナー企業796社に対し、お客さま先でのサービスメンテナンスプロセスにおける情報セキュリティ対策状況を調査（書面監査）致しました。評価基準を設け、基準に達していない企業には改善をお願いし、サービスメンテナンスプロセスにおける情報セキュリティ品質の向上に取り組みました。
また、ソフトウエア開発業務を委託しているパートナー企業で当該業務に新たに従事する方を対象に、情報セキュリティルール徹底のためのウェブ教育を義務付けており、昨年は600名強の方が受講しました。

委託先ウェブサイトの安全対策の確認と強化

企業のウェブサイトを対象とした不正アクセス攻撃の増加傾向を踏まえ、ウェブサイトを利用して個人情報を取得する業務の委託先、およびASPサービス事業者、合計15社に対して、IPA（独立行政法人情報処理推進機構）より公表されたチェックシートを参考にして、安全対策の確認を行い、必要に応じて対策の強化を行いました。

「インシデント管理システム」のグループ展開

2011年にグループ会社4社へ「インシデント管理システム」を展開しました。

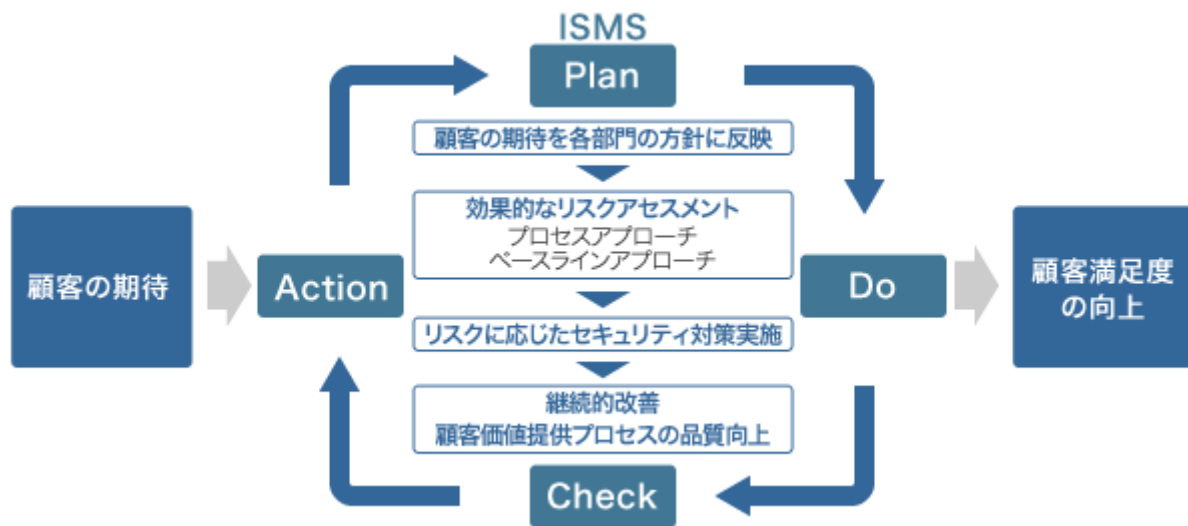
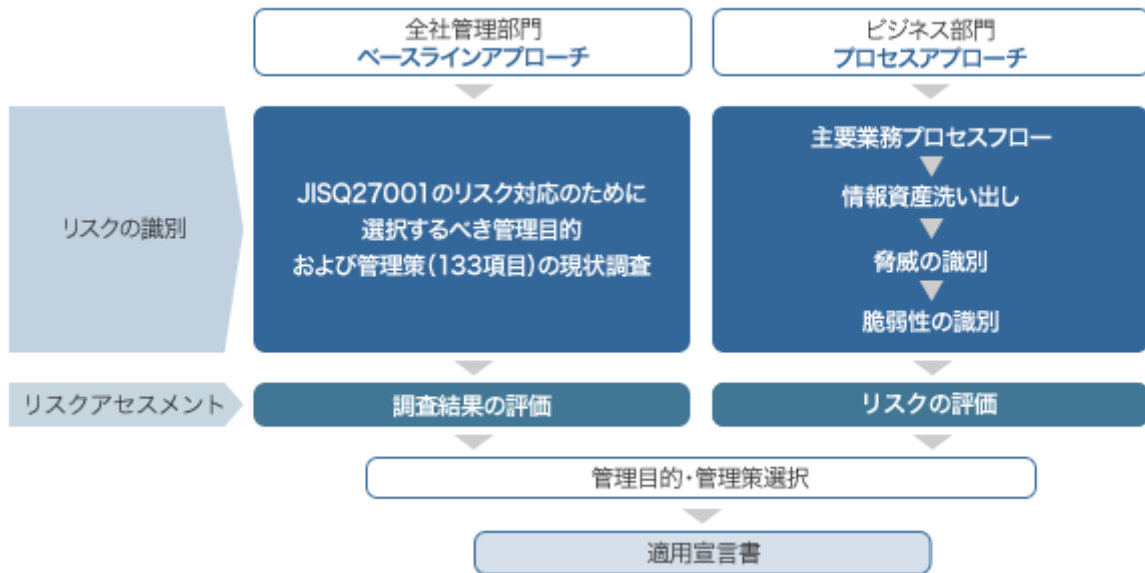
情報セキュリティ第三者認証の効果的な活用

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、「ISMS適合性評価制度」と「プライバシーマーク」の認証取得、または認証基準に準拠した運用をグループ全体で取り組んでいます。

第三者認証の活用目的

キヤノンMJグループが第三者認証を活用する目的は、「ベストプラクティスを業務プロセスに組み込み、継続的に情報セキュリティ品質を高めていくこと」です。そして、事業上の必要性に応じて認証を取得することによって、お客さまに客観的判断基準を提供できると考えています。

ISMSを活用した顧客満足度の向上

キヤノンMJグループのISMS（情報セキュリティマネジメントシステム）活動は、情報セキュリティ基盤強化に加えて、お客さまに価値を提供するプロセスの情報セキュリティ品質の向上と、お客さまの情報セキュリティ課題解決への貢献をしていくことで顧客満足度を高めていくことを目標としています。
この目標を達成するために、グループ共通のセキュリティ対策のほか、お客さまの期待を明確化し、営業やサービスなどの業務プロセスごとにきめの細かいリスクアセスメントを行い、事業特性に応じたセキュリティ対策を実装しています。

ISMSを活用したPDCAサイクル

ISMSにおける効果的なリスクアセスメント

プライバシーマークを活用した個人情報保護の強化

JISQ15001に準拠した個人情報保護マネジメントをグループ全社で推進

キヤノンMJグループでは、個人情報保護マネジメントを法律より一段高い管理レベルで実現するため、プライバシーマークの要求事項であるJISQ15001に準拠した個人情報保護マネジメントを推進しています。
また、事業上の必要性に応じてプライバシーマーク認証を効果的に活用しています。

個人情報管理レベルの向上と均質化の工夫

キヤノンMJグループでは、グループ各社の個人情報保護担当者を集めた「グループPMS担当者会議」を定期的に開催しています。この会議ではグループ各社の個人情報保護活動の好事例や、各社の抱える課題とその改善方法を共有し、グループにおける個人情報保護レベルの均質化と運用の効率化を図っています。
また、「個人情報データベース管理システム」を独自に開発し、グループ各社への展開と運用によって、JIS規格に準拠した個人情報の取り扱いを効果的に実現しています。
このシステムは、法律や規格、社内ルールを熟知していなくても、誰でもマニュアルレスで自然に適切な対応事項や、個人情報の取得から廃棄に至るプロセス内のリスクと対策項目の確認と手続きを行うことができます。特にリスクアセスメントでは、取り扱い方法によってリスクと対策が動的に変化するため必要な対策を漏れなく確認し、実施することができます。手続きが完了すると全社管理台帳が自動的に完成します。 また、個人情報の取り扱い業務を委託している委託先の評価や契約内容の一元管理を行うことができます。このしくみによって従業員の個人情報取り扱いレベルの均質化と管理業務の効率化を実現しています。

個人情報データベース管理システムの特長

- 法的要求事項やJIS規格に沿った運用のチェック
- 取得から廃棄までのライフサイクルにおけるリスクアセスメント
- 業務委託先の評価や契約内容の一元管理
- 全社管理台帳の自動生成と最新状態の維持

このような機能を承認ワークフローの中で実現しています。

個人情報データベース管理システム

個人情報データベース管理システムによるリスクアセスメント(一部抜粋)

キヤノンMJグループにおける認証取得状況

会社名	ISMS認証	プライバシーマーク認証
キヤノンマーケティングジャパン	○	○
キヤノンシステムアンドサポート	○	○
キヤノンMJアイティグループホールディングス	○	
キヤノンITソリューションズ	○	○
キヤノンITSメディカル	○	○
キヤノンビズアテンダ	○	○
スーパーストリーム	○	○
ガーデンネットワーク	○	○
クオリサイトテクノロジーズ	○	
Canon Software America	○	−
佳能信息系統(上海)	○	−
キヤノンソフトウェア	○	○
キヤノンソフト情報システム	○	○
エディフィストラーニング	○	
キヤノンビジネスサポート	○	○
オーエーエル	○	○
日本オセ		
キヤノンプリントスクエア	○	○

会社名	ISMS認証	プライバシーマーク認証
昭和情報機器		
キヤノンカスタマーサポート	○	○
キヤノンフィールドアシスト	○	○
ウイズフォト		
エルクコーポレーション		○
エルクレスト		
ユニオン・メディカル		
台灣佳能先進科技股份		

※ 2012年5月1日現在の情報です。

Action 2011 ― 2011年の取り組み

ISMSグループ統合認証の実現

2011年はISMS認証の統合範囲をグループ18社へ拡大し、グループ統合認証を実現しました。

2011年に新たに認証取得したグループ会社は以下のとおりです。

- キヤノンビジネスサポート
- エディフィストラーニング
- キヤノンフィールドアシスト
- キヤノンITSメディカル
- エス・エス・ジェイ（2012年5月1日付で「スーパーストリーム」に社名変更）
- ガーデンネットワーク
- 佳能信息系統（上海）
- キヤノンソフト情報システム
- オーエーエル

ISMSグループ統合認証審査 最終会議の様子

プライバシーマークの認証取得と更新

2011年は以下の会社がプライバシーマークの更新を行いました。

- キヤノンマーケティングジャパン
- キヤノンITソリューションズ
- キヤノンビジネスサポート
- キヤノンフィールドアシスト
- キヤノンビズアテンダ
- エス・エス・ジェイ（2012年5月1日付で「スーパーストリーム」に社名変更）

なお、新たにグループ入りしたエルクコーポレーションを含め、グループ内のプライバシーマーク取得企業は15社となりました。

「個人情報データベース管理システム」のグループ展開

2011年に新たに展開したグループ会社を含めて合計9社で「個人情報データベース管理システム」を運用しています。(2011年12月までの延べ数)

Canon

情報セキュリティ情報セキュリティ対策の実装

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、情報セキュリティ対策の実装にあたり、自社グループの取り扱い製品や技術を活用して、安全性と効率性を高めています。

安全で快適なオフィス環境の実現

IDカードによる入退室管理とプリント制御

キヤノンMJグループでは、各事業所の入退室管理について、IDカードを用いた個人認証を基本とし、さらにセキュリティレベルに応じて、生体認証なども導入しています。入退室管理に使用しているIDカードは、キヤノンの「ICカード認証 for MEAP」と「Anyplace Print for MEAP」を導入し、印刷時の個人認証ならびに印刷ログ管理に使用しています。印刷時に個人認証を行うことにより、印刷物の取り忘れも減少し、印刷ログ管理とあわせて無駄な印刷や情報漏えいリスクの軽減効果を上げています。

IDカードを用いた入館チェック

個人認証プリントシステム

「5S」の徹底によるクリアデスクの実践

安全衛生活動として5S（整理・整頓・清掃・清潔・しつけ）の強化月間を年に3回設け、「居室・会議室の5S」、「セキュリティ対策の5S」の徹底・定着を図っています。
なかでもクリアデスクの実践では、帰宅する際にパソコンや書類をワゴンやロッカーボックスで施錠保管し、机の上下・周辺には物を置かない状態を継続しています。
これにより、情報の紛失や漏えいリスクを軽減させ、適切な情報資産の管理に努めています。

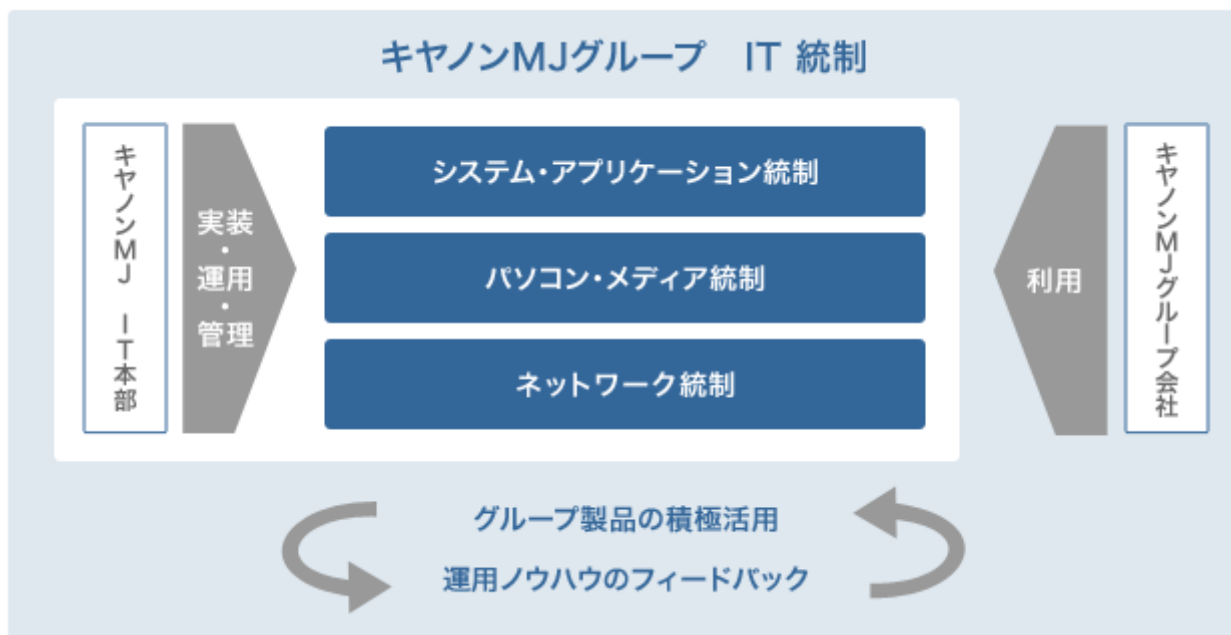
クリアデスクの実践

ゴミステーション方式・機密書類回収ボックスによる廃棄

大規模な事業拠点を中心に、各デスクサイドに設置されていたゴミ箱をすべて撤去し、廃棄場所を各フロアの決められた場所に集約することで、ゴミの分別廃棄を促す「ゴミステーション方式」を採用しています。
また、機密情報や個人情報といった重要書類専用の機密書類回収ボックスも設置しています。
このような施策によって、機密情報などの重要書類が不用意に廃棄されることがなくなり、安全な廃棄と適正分別による環境への配慮が両立できています。

ゴミステーション　　　　機密書類回収ボックス

グループ全体最適を考えたITセキュリティ

キヤノンMJグループでは、グループ統一のITセキュリティポリシーに基づき、ネットワーク統制、システム・アプリケーション統制、パソコン・メディア統制などのIT統制を行っています。
これにより、グループ内の対策レベルの均質化と運用コストの削減を両立し、安全で使いやすいIT環境を実現しています。
また、ITセキュリティの実装にあたっては、積極的にグループ取り扱い製品を導入することで、運用ノウハウの蓄積や製品改良に活かしています。

キヤノンMJグループIT統制の全体像

IT統制の主な内容

システム・アプリケーション統制

- スパムメール対策
- メール添付ファイル自動暗号化
- 電子メールモニタリング
- グループ基幹システムの集中管理

ネットワーク統制

- ネットワーク集中管理
- ログ管理
- IPアドレス管理

パソコン・メディア統制

- ウイルス対策ソフトの自動更新
- パソコンのハードディスク暗号化
- OSセキュリティパッチ適用自動化
- セキュリティ機能付きUSBメモリー

積極活用しているグループ製品の例

電子メールモニタリング

製品名:「GUARDIAN」シリーズ
取扱会社:キヤノンITソリューションズ

GUARDIAN シリーズ
ガーディアン

パソコンのハードディスク暗号化

製品名：CompuSec
取扱会社：キヤノンITソリューションズ

ウイルス対策ソフト

製品名：ESET NOD32アンチウイルス
取扱会社：キヤノンITソリューションズ

Action 2011 ― 2011年の取り組み

外部サイトの脆弱性対策

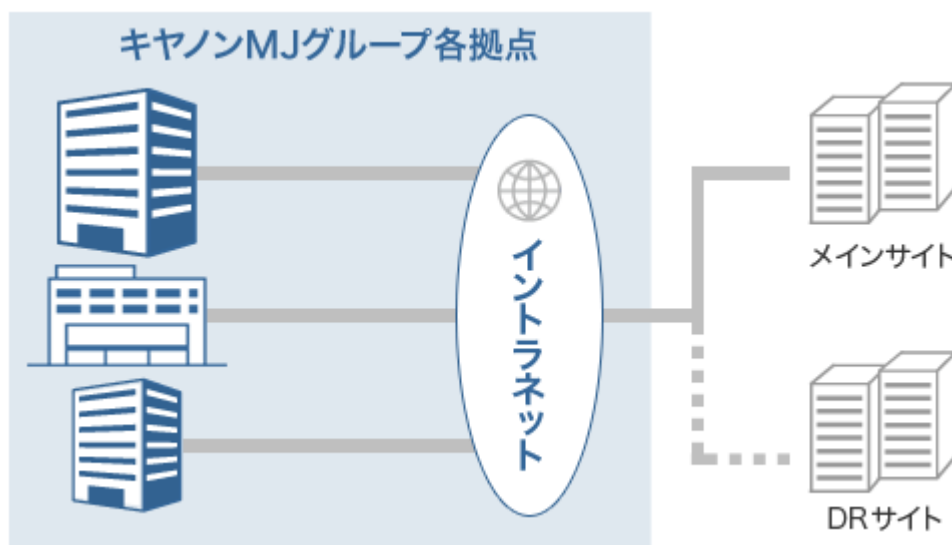
キヤノンMJグループでは、世界的に急増しているウェブサイトへの攻撃に対する対応の一環として、第三者機関によるウェブサイトのセキュリティ検査を実施しました。

入退出管理の強化

各事業所の入退出管理について、一部の事業所に対し、「フラッパーゲート」を導入し、共連れを防止するなど、物理的なセキュリティを強化しました。

港南事業所のフラッパーゲート

災害対策ディザスター・リカバリーサイトを構築

東日本大震災を機に、キヤノンMJグループでは基幹システムのディザスター・リカバリー（DR）サイトを2011年7月に構築しました。

ディザスタ・リカバリサイトの概念図

※ DRサイト（Disaster Recovery Site）
地震などの災害により、メインシステムのサーバーが破壊されたり、障害を受けて機能が停止したり、データが消失することを防ぎ、不断の事業継続を行うために構築するバックアップ機能を有するサイト。

震災発生時の安否確認システムによる従業員の安全確認

震度5強以上の地震やその他の災害・新型インフルエンザなどが発生した際に、対象地域の従業員に対して、携帯電話・メールなどを利用して従業員の安否の確認や、緊急連絡を行うためのシステムをグループ内で導入しています。2011年は、3月11日に発生した東日本大震災でこのシステムを利用し、安否確認を行いました。また、有事の際に備えた安否確認通報訓練を2回実施しました。

情報セキュリティ情報セキュリティ人材の育成

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、さまざまな工夫によって情報セキュリティの意識と知識を持った人材を育成しています。

情報セキュリティ人材を育成するしくみ

従業員一人ひとりが、高い情報セキュリティマインドと情報資産を適切に取り扱うことができる基礎知識を持ち、正しい行動ができるよう、さまざまな場面で意識啓発や教育を実施しています。
また、情報セキュリティに関するマネジメントシステムを運用し継続的に改善するために、各職場に専門知識を持ったスペシャリストも育成しています。

情報セキュリティ人材を育成するしくみ

すべての従業員を対象とした意識啓発と教育

全従業員の「意識」に働きかけるトップメッセージ

経営者が毎月発信する月次メッセージの中で、適宜、情報セキュリティの意識啓発を行っています。経営者が自らの言葉で、全従業員に対して直接メッセージを発信することで、情報セキュリティマインドを醸成しています。

役割に応じた意識啓発を行う対面教育

新しく社会人となる新入社員や職場のマネジメントを新たに担う新任管理職には、それぞれの立場に応じたセキュリティ意識をしっかりと持ってもらう必要があるため、対面形式にこだわって教育を実施しています。

新入社員に対する対面教育

グループの全役員・従業員を対象としたウェブ教育

キヤノンMJグループでは、「設問診断形式」という独自のウェブ教育を毎年行っています。これは、正解・不正解の結果を重視

した教育ではなく、設問を読み、複数の選択肢から正答を導き出す過程で、自然と必要な知識を習得することができる実践的かつ効果的な教育方法です。

情報セキュリティに関する情報配信

情報セキュリティマインドの定着には、定期的な教育だけでなく、日常的な意識啓発が重要です。
キヤノンMJグループでは、コンプライアンス活動の一環として、毎週月曜日に欠かさず全グループの従業員へ「今週のコンプライアンス」というメールマガジンを配信しています。この活動と連携し、情報セキュリティ知識の習得や意識啓発につながる内容を適宜配信しています。
また、イントラネットサイトの「情報セキュリティトレンド」というコンテンツで、情報セキュリティにまつわる世の中の動きを広く従業員に配信しています。
従業員が情報セキュリティに関心を払い、社会の共通課題を理解することで、お客さまへの価値提供にも結び付けられると考えています。

イントラネットのコンテンツ「情報セキュリティトレンド」

スペシャリストを育成する教育

情報セキュリティを組織ごとに異なる業務プロセスへ適切に組み込むためには、各組織に情報セキュリティに関するスペシャリストを配置し、推進することが有効であると考えています。
そこで、キヤノンMJグループでは、個人情報保護に関する専門的な知識を持つ「個人情報保護キーパーソン」、ならびにISMS取得部門では、「ISMS推進担当者」や「内部監査員」を育成しています。こうして育成された「スペシャリスト」が組織の情報セキュリティを推進しています。

職場におけるリスク管理意識の向上

キヤノンMJグループにて年2回各職場（課）で実施している「コンプライアンス・ミーティング」では、担当業務におけるコンプライアンスリスクの洗い出しと、その対策について協議しています。毎回、情報セキュリティに関連するテーマが数多く取り上げられ、各職場の特性に応じたリスク対策が協議されることによって、情報セキュリティリスクの低減につながっています。

コンプライアンス・ミーティング

Action 2011 ― 2011年の取り組み

「コンプライアンス・ミーティング」の実施

2011年上期の「コンプライアンス・ミーティング」では、営業秘密・ハラスメント・著作権法・下請法の4つのケース(事例)から一つのテーマを選択する手法で実施しました。

下期には、各職場における実際の業務上のリスクの洗い出しとその対策について、独占禁止法や情報管理など、13のコンプライアンスリスク例を参考にしながら議論しました。

「コンプライアンス・ミーティング」を通じて、情報セキュリティ意識の向上にもつながっています。

キヤノンMJグループ全従業員を対象とした情報配信とスペシャリスト教育の実績は、以下の通りです。

「情報セキュリティトレンド」における情報配信実績

配信日	配信テーマ
2011年1月	情報セキュリティに忍び寄る脅威 ～2011年脅威発生予測～
2011年7月	大規模な個人情報漏えい事故を教訓にしよう！
2011年9月	『情報セキュリティ報告書』でお客さまとのコミュニケーションを！
2011年12月	『情報セキュリティ2011』に見る国の政策と我々のビジネス

「今週のコンプライアンス」で配信した情報セキュリティ関連テーマ

配信日	配信テーマ
2011年2月	情報を安全に取り扱うためのルールとツール
2011年3月	ソーシャルメディア・公共の場での情報管理
2011年5月	メール送信時の確認
2011年6月	プライベートにおける情報セキュリティへの注意事項
2011年8月	キヤノンMJグループのISMS活動を再確認しよう
2011年9月	不審メールに注意
2011年12月	秘密保持契約の締結を求められた際の注意点

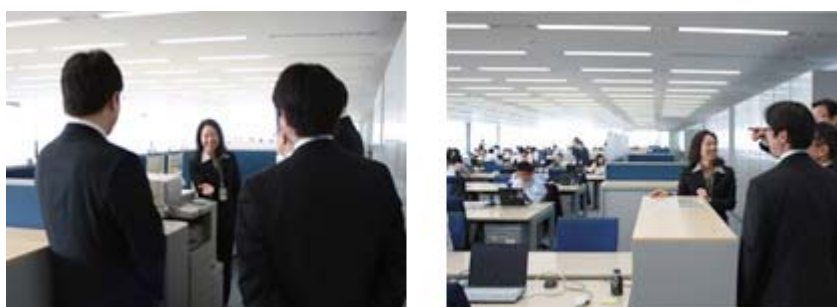
スペシャリスト育成の実績

対象者	実施人数	累計人材数
個人情報保護キーパーソン	231名	611名
ISMS推進担当者	384名	3,717名
ISMS内部監査員	114名	599名

情報セキュリティ積極的な情報開示と社会への貢献

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、「情報セキュリティ報告書」などを通じて、自社の取り組みを積極的に開示しています。また、自社の情報セキュリティに関するノウハウをお客さまへの価値提供に活かすことで、セキュアな社会の実現に貢献しています。

セミナーや「オフィスツアー」による情報セキュリティ活動事例紹介

社内外で開催しているセミナー、および、キヤノン S タワーや各支店などで実施している「オフィスツアー」では、お客さまの目的に応じて、キヤノンMJグループの情報セキュリティの取り組み事例を紹介しています。
この中では、情報セキュリティガバナンス体制やプライバシーマーク、ISMS認証といったマネジメントシステムの構築・運用方法、セキュリティ対策の実装事例および人材育成などについて具体的に説明しています。
なお、オフィスツアーではオフィスフロアの見学を通じて、私たちの取り組み事例を実際にご覧いただけます。

オフィスツアーのフロア見学の様子

情報セキュリティ関連団体への支援

キヤノンMJグループは、以下の情報セキュリティ関連団体への参画や賛助を行っています。

- 一般社団法人 コンピュータソフトウェア協会
- 一般社団法人 情報サービス産業協会
- 一般財団法人 日本科学技術連盟
- 一般財団法人 日本情報経済社会推進協会
- 一般社団法人 日本情報システム・ユーザー協会
- 一般社団法人 日本スマートフォンセキュリティ協会
- 特定非営利活動法人 日本セキュリティ監査協会
- 特定非営利活動法人 日本ネットワークセキュリティ協会

（五十音順）

※ 2012年4月1日現在

Action 2011 ― 2011年の取り組み

教育分野への協力

キヤノンITソリューションズは、千葉工業大学からの依頼を受けて、金融・経営リスク科学科の3年生向けに、特別講義「リスクマネジメント演習」の開催に協力しました。
講義では、新たな脅威となっている特定企業を狙ったサイバー攻撃や、ウイルス感染が企業にもたらす被害と影響などについての解説および実習を実施しました。

特別講義「リスクマネジメント演習」の様子

NPOへの協力

キヤノンMJはNPO情報セキュリティフォーラム※が開催する「情報セキュリティトピックセミナー」に協力し、キヤノンMJグループにおける情報セキュリティの取り組み事例を紹介しました。

※ 情報セキュリティに関するセミナーや講座のほか、さまざまな事業活動を通じて高度情報通信社会の発展と科学技術の振興を図り、広く公益に寄与しているNPOです。

情報セキュリティお客さまへの価値提供プロセスにおける品質向上

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、営業やサービス、ソフトウエア開発などの業務プロセスにおける情報セキュリティ品質の向上や、質の高い情報セキュリティ製品・ソリューションを通じて、お客さまへ“安心”“安全”といった価値を提供しています。

安心・安全な保守サービスの実践

キヤノンシステムアンドサポート(以下、キヤノンS&S)は、全国に約200の営業所を展開し、営業・サービス・サポートが一体となり、コンサルティングから保守サービスまで一貫してお客さまの支援を展開しています。キヤノンS&Sのサービスエンジニアは、お客さまに安心して複合機やプリンターなどの保守サービスを受けていただくために、そのプロセス上で考えられるリスクへの対応策を十分に検討し、実践しています。

サービスエンジニアによる保守の様子

保守サービスプロセスごとのリスクと情報セキュリティ対策事例

外出前(社内)

リスク	セキュリティ対策
サービス工具(パソコン・USBメモリー)の紛失・ウイルス感染	• 外出前に最新のセキュリティパッチを適用しウイルスチェックを実施しています。 • パソコンの社外持ち出しに関しては社外利用申請システムを使用し、所在管理をしています。 • 持ち出すパソコンのHDDは暗号化ソフトによりデータ漏えいのリスクにも対応しています。 • USBメモリーは台帳管理を行い、日々の持ち出し持ち帰り管理を行っています。

修理受付(移動中)

リスク	セキュリティ対策
修理受付用の携帯電話の紛失	オートロック機能、遠隔ロック機能、セキュリティ監視機能を実装しています。
サービス工具(パソコン・USBメモリー)・伝票の紛失	施錠可能なサービス工具鞄を採用し、伝票類もそれに収納することで紛失のリスクを軽減しています。

点検・保守(お客さま先)

リスク	セキュリティ対策
• お客さまデータの漏えい • ネットワーク接続時のウイルス流布	• 紙詰まり処理で取り除いた用紙や紙片には機密情報が含まれる可能性があるため必ず処理方法をお客さまに確認しています。 • お客さまのデータを預かる際は、お客さまに管理方法や作業内容を説明し了承をいただいてから行っています。 • 代替機は、不要なデータなどが登録されていない状態で貸し出し、また代替機引き上げのときにはお客さま情報の消去を実施しています。 • お客さまのネットワークへ接続する際には上長の許可を得た上で、お客さまに管理方法や作業内容を説明し、了承をいただいてから行っています。

帰社後（社内）

リスク	セキュリティ対策
セキュリティ意識・知識の欠如	サービスメンテナンス時に必要なセキュリティ対策に関する教育を適宜実施しています。
お客さまよりお預かりしたデータの漏えい	お預かりしたデータは施錠環境に保管するなど適切に管理しています。

安心・安全な修理サービスの実践

キヤノンカスタマーサポートのコンスーマ修理部門は全国12拠点に展開しており、お客さまの期待を超えるサービスの提供を目指して、カメラ・インクジェットプリンターを中心に、お客さまのお問い合せや相談・修理に至るまで、一貫したワンストップ体制を整備しています。
また、お客さまの大事な機器と情報をお預かりしていることの重要性を認識し、安心・安全な修理サービスの提供を日々実践しています。

修理作業風景

修理受付窓口

修理サービスプロセスごとのリスクと情報セキュリティ対策事例

受付

リスク	対策
• お客さまの個人情報の紛失・漏えい • 修理品・付属品の盗難・紛失	• 窓口での修理受付時にお預かりする物品の確認をその場で行い、お預かり書をお客さまに発行しています。 • 個人情報を記載した保証書などは、修理受付後、所定の袋に入れた上で修理品と一括管理しています。
• 修理お見積もり額をお知らせする際のファクスの誤送信	• ファクス番号や送付先の呼称確認とダブルチェックをしています。 • ファクス番号二度打ち機能を持つ機器を導入しています。

修理

リスク	対策
• お預かりした可搬メディアへのコンピューターウイルス感染	• お客さまよりお預かりした可搬メディアは、修理作業用パソコンに接続する前に、検疫用パソコンにて、最新の定義ファイルを用いたウイルスチェックを実施しています。 • 修理業務に用いるパソコンは、すべてウイルス対策ソフトを導入し、最新の定義ファイルとセキュリティパッチを適用しています。
• 修理品・付属品の盗難・紛失	• 修理作業中の修理品や付属品は、修理依頼書と、突き合わせを行い、現品管理を行っています。 • 終業後は、施錠環境にて保管しています。

リスク	対策
• 委託先における情報セキュリティ事故の発生	• 運用手順の指導や教育を委託先に対して実施しています。 • 定期的に委託先の監査を実施しています。

配送

リスク	対策
個人情報が記載された伝票や修理品の誤送付	• 配送伝票作成時には、チェックシートを元に配送伝票と修理品に添付された修理依頼伝票（修理品・付属品送付先）の整合性を確認しています。 • 梱包時には、修理依頼伝票・修理完成伝票・配送伝票の修理番号を出荷台帳へ記録し、間違いのないことを確認しています。

安心・安全な開発プロセスの実践

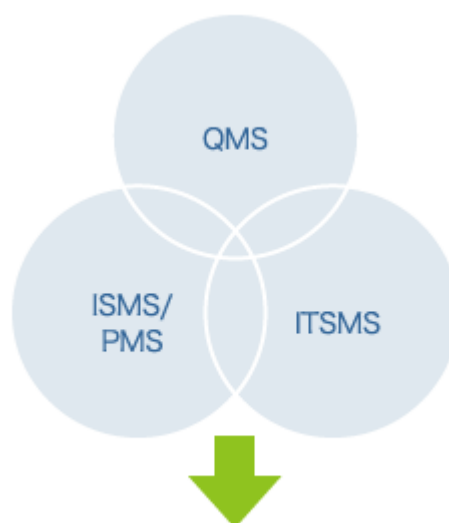
キヤノンITソリューションズでは、金融、製造、流通・サービス、公共・公益分野における業種別ソリューションをはじめ、SIサービス、クロスインダストリーソリューションなど、広範なサービスの提供を通じてお客さまが抱える課題の解決に貢献しています。開発プロジェクトでは、各開発工程において全社共通のプロジェクト管理基準に準拠した品質管理や情報セキュリティ管理を行い、高品質で信頼性の高い成果物を提供しています。

品質マネジメントに関しては、実務プロセスを基本とした国際的な品質マネジメントシステム「ISO9001：2008」を取得するとともに、ITスキル標準に準拠した社内認定プロジェクトマネージャーが、お客さまとのコミュニケーションを基本としたプロジェクト管理を推進し、高い品質を提供しています。

情報セキュリティマネジメントに関しては、「ISO／IEC27001：2005（ISMS適合性評価制度）」および「プライバシーマーク」を取得し、お客さまやビジネスパートナーの情報資産を安全かつ適切に取り扱っています。

また、お客さまのシステムの安定稼働に向けたITサービスのさらなる品質向上を目指し、ITサービスマネジメントの国際規格である「ISO／IEC20000-1：2005（ITSMS適合性評価制度）」を取得しています。

「品質（QMS）」「情報セキュリティ（ISMS／PMS）」「ITサービス（ITSMS）」のマネジメントシステムを開発プロセスに組み込み、お客さまに「安心・安全」で質の高い製品・サービスを提供しています。

開発環境の様子

開発プロセスへのマネジメントシステムの組み込み

Canon

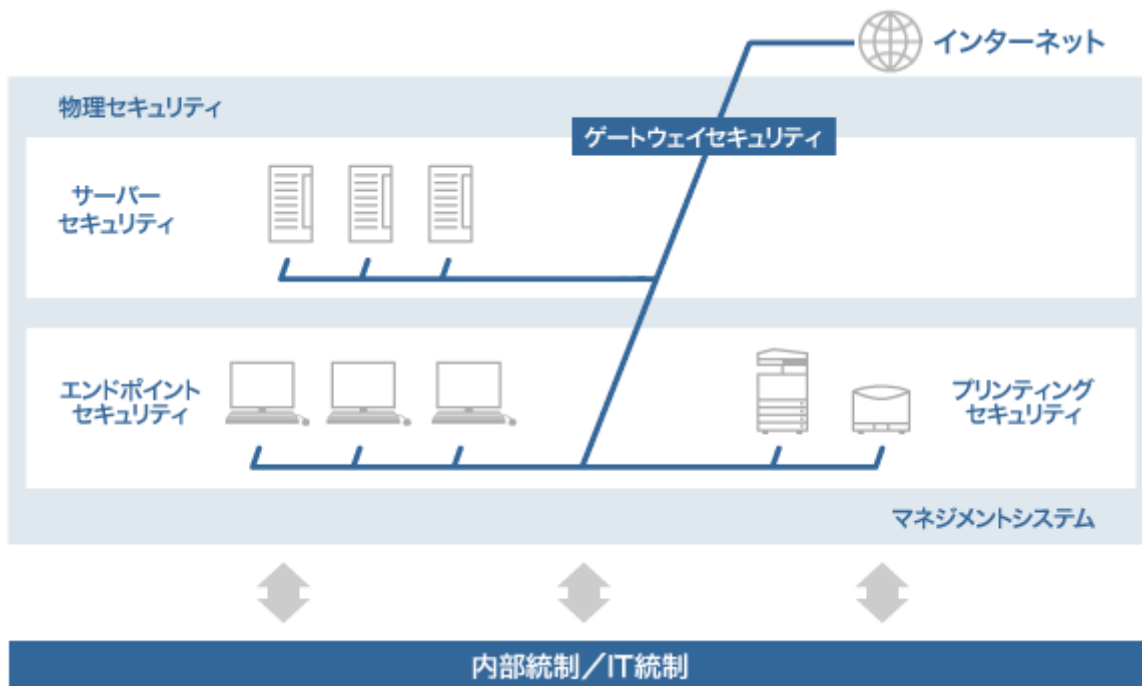
情報セキュリティお客さまの情報セキュリティ課題解決への貢献

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、営業やサービス、ソフトウエア開発などの業務プロセスにおける情報セキュリティ品質の向上や、質の高い情報セキュリティ製品・ソリューションを通じて、お客さまへ“安心”“安全”といった価値を提供しています。

企業の重要課題をセキュリティ対策の視点で支援

リスクマネジメントや内部統制の強化など、企業経営にとって重要な課題を解決するため、企業のIT化がますます加速しています。IT導入には、自社ネットワークへの不正侵入や、コンピューターウイルスによる感染被害など、さまざまな脅威への対応が必要不可欠です。
キヤノンMJグループは、ITガバナンスの確立や内部統制の強化を実現するIT全般統制の視点から、セキュリティソリューションを提案しています。

トータルセキュリティソリューションの提供

セキュリティ対策に必要な要件を、「ゲートウェイ」「サーバー」「エンドポイント」「プリンティング」「物理」「マネジメントシステム」の6つのカテゴリーに分けて体系化しています。
ITによるセキュリティ環境の構築はもちろんのこと、セキュリティマネジメント構築、セキュリティ監査、従業員教育、認証取得に至るまで、企業のセキュリティ強化に必要なソリューションをトータルに提供しています。

セキュリティソリューションの全体像

セキュリティソリューションの全体像

物理セキュリティ

- 映像監視

ゲートウェイセキュリティ

- ファイアウォール
- 統合脅威管理（UTM）
- スパムメール対策
- 電子メール誤送信対策
- 仮想プライベートネットワーク（VPN）

- 脆弱性検査
- ネットワークフォレンジック
- 電子メールフィルタリング・アーカイブ
- ウェブ情報漏えい対策・不正サイト閲覧制御
- 中小オフィス向けIT支援サービス

エンドポイントセキュリティ

- コンピューターウイルス対策
- 脆弱性管理
- IT資産管理
- クライアント運用管理
- ドキュメントセキュリティ
- パーソナルファイアウォール
- ID管理
- パソコンログイン認証
- ファイル持ち出し制御
- シンクライアント

サーバーセキュリティ

- ウェブアプリケーションファイアウォール
- アクセス制御
- データベース監視
- ファイルサーバー監視

プリンティングセキュリティ

- 個人認証
- セキュアプリント
- 印刷履歴管理
- 画像ログ管理
- 地紋印刷

マネジメントシステム

- セキュアポリシー策定
- プライバシーマーク認証取得
- ISO27001認証取得
- 従業員教育

中小オフィス向けIT支援サービス「HOME」

企業にとって取引先からの信頼獲得、生産性の向上、あわせてそれを実現するためのITの活用は重要な課題となっています。
「HOME」は、IT管理者不在の中小オフィスのお客さまに、「セキュリティの向上」、「コミュニケーションの活性化」、「運用管理の支援」を提供し、企業競争力向上を支援します。

複数のセキュリティ機能を統合的に管理する「HOME-UNIT」

外部からの攻撃、内部からの情報漏えいに備え、ファイアウォール機能をベースに、アンチウイルス、アンチスパム、ウェブコンテンツフィルタリング、不正侵入検知／防御など、複数のセキュリティ機能を統合的に管理します。

「HOME-UNIT」のセキュリティ対策

ファイアウォール	外部からの不正なアクセスや侵入を防止し、内部のネットワークの安全を維持します。
アンチウイルス	シグニチャやヒューリスティック・エンジンを自動的に更新して、新種のウイルスやスパイウエアが社内に侵入することを防ぎます。
アンチスパム	多段階のフィルターでメールをチェックし、スパムの可能性があるメールを自動検知します。
ウェブフィルタリング	業務に不適切なウェブサイトへのアクセスを制御し、ネットワークセキュリティへの脅威と帯域の無駄遣いを防ぎます。
不正侵入検知／防御	WinnyなどのP2Pソフトの通信を遮断し、社内からの情報漏えいを防ぎます。

情報の有効活用を目的とした玄関口を提供する「HOME-PORTAL」

社内に分散しているさまざまなデータや情報(「スケジューラー」「設備／備品予約」「伝言メモ」「ファイル共有」「掲示板」「携帯アクセス」)を一括管理して、情報の効率的な利用が可能となる、キヤノンMJグループが提供するSaaS型アプリケーションです。

サービスの導入・運用を支援する「HOME-CC」

「HOME」導入後の運用サポートは、「HOME-CC（コンタクトセンター）」の専門スタッフが行います。お客さまからのお問い合せに対し、電話だけでのコミュニケーションでは伝えにくい操作や設定の方法などは、インターネットを利用したリモートツールでわかりやすくサポートします。

「HOME」を導入いただいたお客さまの声

「HOME」を導入することで、グループウエア機能を利用してスケジュールやデータを共有し、各スタッフが最新情報をタイムリーに把握できるようになりました。この結果、納品スピードが早まっただけでなく、コミュニケーションミスによるデザインの修正が減るなど成果物の完成度も上がり、お客さまの満足度を大きく高められました。
また、私自身、情報システムに詳しくないにもかかわらず、「HOME」にはファイアウォールをはじめとするさまざまな対策機能が集約されていて、総合的な情報セキュリティ体制を構築することができました。当社のお客さまは大手企業が多いこともあり、情報セキュリティ対策の実施状況のお問い合せも増えています。こうしたお問い合せに対しても、情報セキュリティ対策の内容を取引先へ明確に説明できるようになり信頼関係を高めることができるようになりました。

コマーシャルデザイン（株）代表取締役社長 吉田 篤弘様

コマーシャルデザイン株式会社

会社概要
本社：東京都中央区日本橋蛎殻町1-21-7
設立：2001年
従業員数：5名
事業内容：広告・デザインの企画・制作

メール誤送信を防ぐための「GUARDIAN CorrectMail」

GUARDIAN CorrectMail
ガーディアン コレクトメール

電子メールの誤送信の原因の多くは、送付先のメールアドレスや内容、添付ファイルをきちんと確かめないままに送信してしまうなどのヒューマンエラーです。電子メール誤送信事故は年々増加傾向にあり、技術的な対策が困難であることから、情報セキュリティ上の大きな課題となっています。
「GUARDIAN CorrectMail」は、送信メールを一定期間システム上で保留するため、送信者や上長、Ccに同報されている第三者のチェックが可能です。間違いに気づいた際は、電子メールを外部に送信する前に取り消すことができるため、誤送信の防止に役立つシステムです。

こうした外部への送信前にメールを取り消すことができる機能のほか、ToやCc宛のアドレスが必要以上に多い場合はメールを削除するなどの設定を行うことができ、宛先の間違いによる誤送信事故に加えてメールアドレスが露出することによる個人情

報漏えい事故を未然に防ぐことができます。

キヤノンMJグループでの活用事例 ～メール誤送信への対策～：キヤノンITソリューションズ
キヤノンITソリューションズのEDIソリューション事業部は、業務上、不特定多数のお客さまに重要情報をメール送信することが多いことから、これまでメール送信時には、複数人によるチェックを行うことでメール誤送信の防止を図っていました。
同事業部では、「GUARDIAN CorrectMail」の一定時間メール送信を保留する機能を有効活用し、誤送信の防止に効果をあげています。実際に、送信者本人がシステムに一定時間保留されたメールを改めて確認することで間違いに気づくなど、ヒヤリハットで済んだケースがありました。また、メール内容を改めて見返すことで、よりわかりやすく丁寧な文章に修正して送信するなど、メール品質の向上にもつながっています。
「GUARDIAN CorrectMail」の導入をきっかけに、メール送信担当者だけでなく部門全体の情報セキュリティに対する意識が高まるという効果もありました。
情報セキュリティの事故防止には、ルール作りとその確実な実行が
大切です。それを人的な注意だけに頼らずに、システムとして補完することの重要性を痛感しました。
私たちが得られた効果をお客さまにも展開できればと考えています。

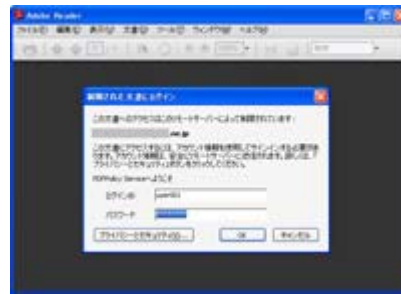
SaaS型機密情報保護基盤「PDFPolicy Service」

近年、企業は情報セキュリティや営業秘密管理、内部統制などの観点から、機密情報を適切に保護する必要性に迫られています。
その具体的な保護の手法としては、対象ファイルをアクセス制御された文書管理システムに格納する、対象ファイルをパスワードで暗号化するなどが一般的ですが、これらは一度ファイルをダウンロード・配布してしまえばその後の管理が受け取った側に任されてしまうため、将来にわたって機密情報を守り続けることは困難です。
PDFPolicy Serviceはファイル（＝文書）のポリシー管理とユーザー認証により、機密情報の適切な保護を支援します。

利用権限の制御と失効処理

文書の閲覧権限・印刷権限・編集権限などを、ユーザー単位・グループ単位で制御することができます。
ユーザーはポリシーが付与された文書を利用する際、PDFPolicy Serviceと通信を行い、ID・パスワードによるユーザー認証を行うことで、権限に応じた利用が可能になります。
また、適用するポリシーに有効期限を設定しておく、あるいは文書の失効を行うことにより、配布済み文書を任意のタイミングで利用できなくすることも可能です。

	A部	B部	協力社員
閲覧	○	○	○
印刷	○	○	×
編集	○	×	×
期限	4/1～9/30		

ポリシー設定のイメージ

ユーザー認証のイメージ

監査ログの取得

誰が(ユーザー名)、いつ(日付時刻)、どの文書を利用したかといったログ情報を確認できます。
この情報は、情報流出時の原因特定や、文書の利用状況確認などに利用することが可能です。
ログ管理を社員に通知することは、セキュリティ意識の向上にもなります。

キヤノンMJグループでの活用事例 ～ 経営会議資料の配布管理 ～ :キヤノンMJアイティグループホールディングス

経営会議資料には、トップシークレットの情報が含まれています。キヤノンMJアイティグループホールディングスでは、PDFPolicy Serviceを導入し、経営会議資料の閲覧権限を一元的に管理しています。
万が一会議関係者以外に会議資料のファイルが流出しても、ID・パスワードを持たないユーザー、閲覧権限のないユーザーは、そのファイルを閲覧することができません。資料の更新があった場合は、旧版資料を失効させることにより、最新版資料への誘導を図りやすくなりました。また、会議関係者の資料確認状況(閲覧・印刷など)を把握できるようになったため、未確認の参加者に対して、事前確認を促すことも可能になりました。
小規模利用が可能で運用が容易なSaaSを活用し、短期間で機密性と管理性の向上を実現しています。

Action 2011 － 2011年の取り組み

「CSRナビ」の開設

お客さまのCSR活動を支援するサイト「CSRナビ」を弊社ホームページ内に公開しました。
このサイトでは、キヤノンMJグループの情報セキュリティの活動事例や、「情報セキュリティCSRチェックシート」を通じて、お客さまの抱える課題を把握することができ、その課題解決のためにキヤノンMJグループが提案できる製品やソリューションをご紹介しています。

情報セキュリティ製品への情報セキュリティ品質の組み込み

製品やサービスへの情報セキュリティ品質の組み込み

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）が提供する製品やサービスの多くは、お客さまのオフィスネットワーク環境の中でご利用いただくものであるため、高い情報セキュリティ品質を備えていることが重要と考えています。
キヤノンMJグループは、製品やサービスに高い情報セキュリティ品質を組み込んで、お客さまの安心・安全への期待や要請に応えます。

オフィス向け複合機「imageRUNNER ADVANCE」におけるセキュリティ対策

複合機は、コンピューター機器と同様にお客さまの情報システム環境に接続され、情報ポータル機器としての活用が広がっています。
それに伴い、お客さまが守るべき機密情報が紙の出力物、内蔵ハードディスク、データ通信、電子化データ上に残存するケースが生じ、これらを放置すると情報漏えいの原因となるおそれもあります。
キヤノンでは、機密情報の不正利用、誤操作、盗難などのリスクに対するお客さまの要請に応えるべく、さまざまなセキュリティ技術を複合機に組み込んでいます。
最新機種「imageRUNNER ADVANCE」のラインアップに搭載されている機能の一部を紹介します。

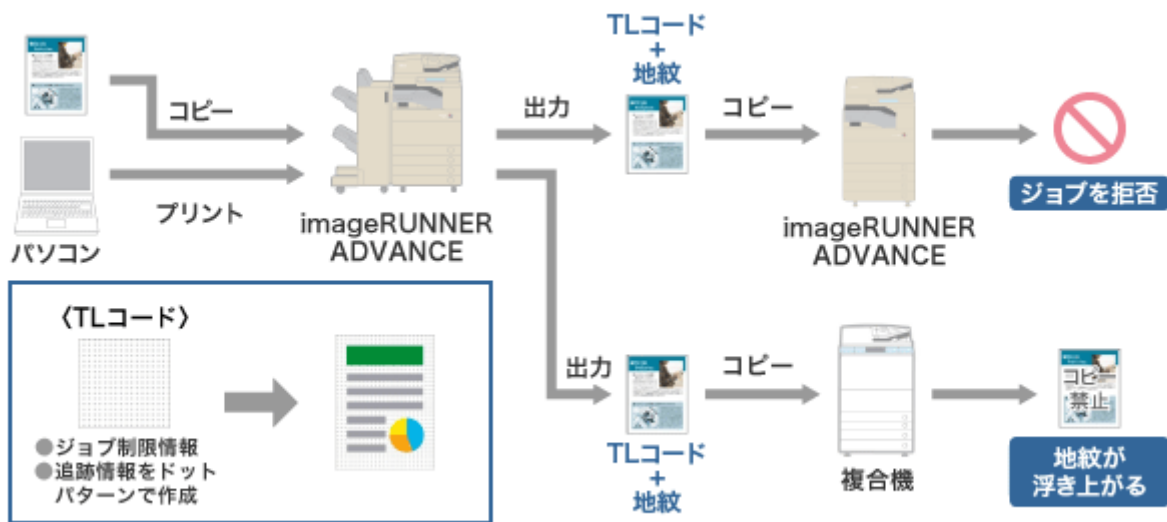
セキュリティ認証「IEEE2600.1」に準拠

各種オプションの装着による適切な構成や設定を行うことで、複合機・プリンターの情報セキュリティに関する国際的な規格IEEE Std 2600TM-2008（以下、IEEE 2600）に準拠しております。IEEE 2600で定められたセキュリティを実現することができます。

※ imageRUNNER ADVANCE C2020／C2030シリーズでは対応しておりません。

複合機から紙出力した機密情報の漏えい対策

コピーやプリント時に、TLコード（低可視のドットパターン情報）で作成されたジョブ制限情報や追跡情報を埋め込み、ジョブ動作のロックや追跡情報（5W1H）の取得を可能にします。
さらに地紋印字と組み合せれば、ジョブロック未対応機器を利用した際にも「機密」などの地紋が浮き上がります。出力された機密文書の流出を抑止する効果があります。

※ ベタや写真などの原稿ではロックしない場合があります。
※ 「ジョブロック拡張キット・A1」「イメージ解析ボード・A1」が必要です。

出力文書の不正利用を抑止する「ジョブロック機能」

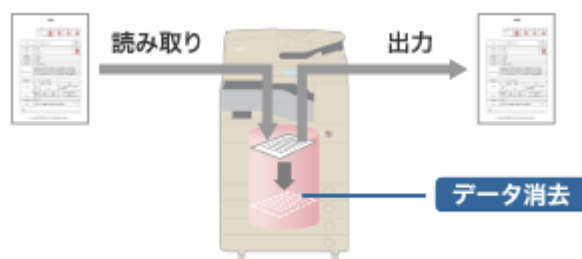
複合機に保存されている機密情報の漏えい対策

セキュリティ機能の評価適性度を保証するISO15408（コモンクライテリア）認証（EAL3）を取得した「Canon MFP Security Chip 2.00」を搭載し、ハードディスク内データを自動的に暗号化します。

※「HDDデータ暗号化／ミラーリングキット・C1」が必要です。

本体データを守る「HDDデータ暗号化」

「自動消去」は、コピーやプリントなどの作業を行うたびに、一時的にハードディスク内に生成されるデジタルデータをジョブ終了と同時に自動的に消去する機能です。万一の盗難や本体廃棄後の情報漏えいリスクを低減します。

※「データ消去キット・C1」が必要です。

ジョブ終了後のデータを残さない「自動消去」

オフィス向けレーザービームプリンター「Satera」におけるセキュリティ対策

オフィス向けレーザービームプリンター「Satera」は、高速・高品質印刷により、業務の効率化や表現力の向上をサポートするだけではなく、優れたセキュリティ機能を搭載し、オフィスでのセキュアなプリント環境を実現しています。

暗号化でセキュアなデータ通信を実現

パソコンとプリンター間の伝送経路を暗号化して、情報漏えいを抑制するSSL通信に対応しています。離れた拠点への印刷も安全で、セキュアなプリント環境を構築することができます。

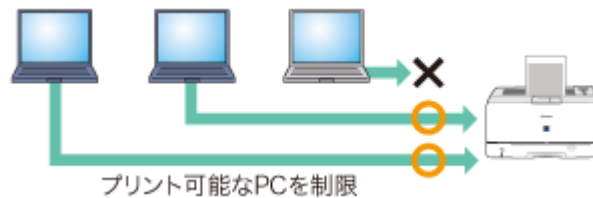
SSL通信概念図

出力文書に印刷者情報の印字が可能

簡単な操作で、出力文書にユーザー名や日付などの情報を付加することができます。文書管理に役立つだけでなく、印刷物に対するセキュリティ意識を高めます。

ID印刷機能

印刷できるパソコンを制限

プリンター接続の許可・拒否について、IPアドレスとMACアドレスで制限することができます。特定のユーザーだけが印刷できるセキュアな環境構築をサポートします。

アドレス制限概念図

出力の放置をなくし、紛失・漏えいを予防

出力時にプリンタードライバーでパスワードを設定すると、プリントデータをプリンター本体内のハードディスクに一時待機させることができます。本体パネルでパスワードを入力すると、待機させたデータの出力がスタート。第三者に閲覧されることなく出力物を直接手にできるため、情報の漏えいを抑制することが可能です。

パスワード入力画面

Canon

社会貢献活動

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は「共生」の企業理念のもと、より良い社会の実現を目指し、人道・災害、環境保全、社会福祉、地域社会、教育・学術、芸術・文化・スポーツなどさまざまな分野で、社会の要請や期待に的確に応える社会貢献活動を実施しています。

キヤノンMJグループの社会貢献活動

社会貢献活動の考え方

- 社会貢献活動の基本的な考え方

社会貢献活動のテーマ

- 重点テーマの設定

未来につなぐふるさとプロジェクト

プロジェクトについて

- 「未来につなぐふるさとプロジェクト」について

活動実績

- 「未来につなぐふるさとプロジェクト」の活動実績

みんなの笑顔プロジェクト

プロジェクトについて

- 「みんなの笑顔プロジェクト」について
- プロジェクトの活動内容

活動報告

- 「みんなの笑顔プロジェクト」の活動報告

6つの分野での活動

人道・災害

- 東日本大震災の復興支援
- NGO／NPOとの意見交換会
- WFP国連世界食糧計画への支援

環境保全

- ベルマーク運動
- ライトダウンキャンペーンへの参加

社会福祉

- AEDを使用した心肺蘇生講習
- ペットボトルキャップの収集活動

地域社会

- イベントを通じた地域交流
- 地域の環境美化活動

教育・学術

- 未来を担う子供・学生たちの育成

芸術・文化・スポーツ

- 芸術・文化支援活動
- スポーツ支援活動

関連情報を見る

キヤノングループの社会・文化支援活動は、こちらのページでご覧いただけます。

Canon

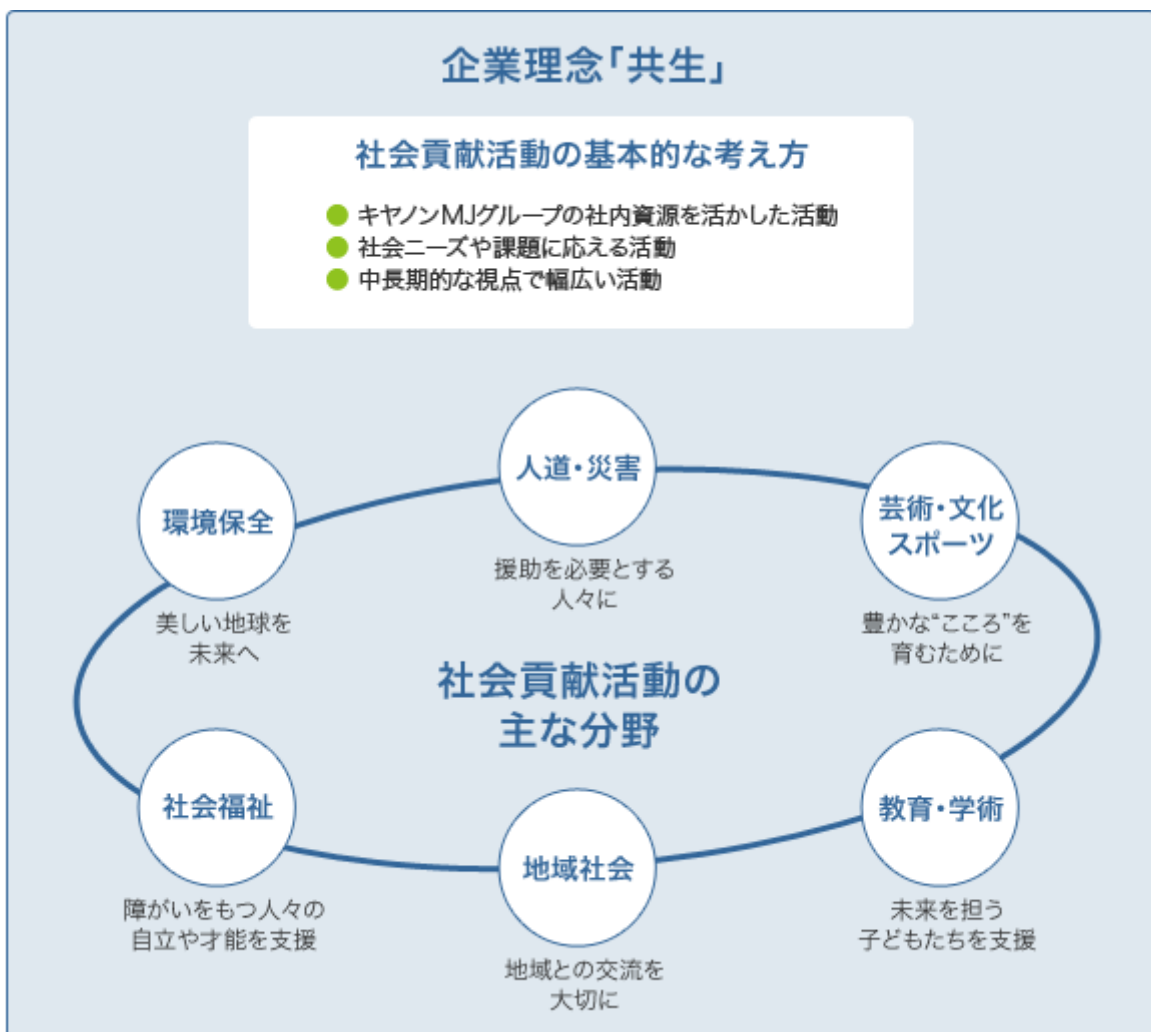
社会貢献活動社会貢献活動の考え方

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、事業を通じて社会への貢献を果たす一方、社会を構成する「良き企業市民」の一員として、「共生」の企業理念のもと、人類すべてが豊かに暮らしていける社会を実現するための活動に力を注いでいます。

社会貢献活動の基本的な考え方

キヤノンMJグループでは、以下のような「社会貢献活動の基本的な考え方」で活動しています。

- キヤノンMJグループの社内資源を活かした活動
- 社会ニーズや課題に応える活動
- 中長期的な視点で幅広い活動

上記の基本的な考え方を踏まえ、「人道・災害」、「環境保全」、「社会福祉」、「地域社会」、「教育・学術」、「芸術・文化・スポーツ」などさまざまな分野で、社会貢献活動を展開しています。

社会貢献活動社会貢献活動のテーマ

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、社会貢献活動の重点テーマを設定し、ステークホルダーとより良い社会をともに支えるための活動を展開しています。

重点テーマの設定

キヤノンMJグループは、マーケティング活動を通じて、さまざまなステークホルダーと接点を持っています。
このマーケティング企業の財産である「ステークホルダーとの接点」を最大限に活かすとともに、「社会貢献活動の基本的な考え方」を踏まえ、重点テーマとして、「未来につなぐ環境づくり」と「人の未来づくり」を設定しました。
従業員はもちろん、お客さま、ビジネスパートナー、NPO、行政、地域住民などさまざまなステークホルダーとともにテーマに沿った社会貢献活動に取り組んでいきます。

社会貢献活動の重点テーマ

「未来につなぐ環境づくり」
10年、50年、そして100年先の未来に、多様な生き物と美しい自然を残すため、地球環境やそこに生きる生物を守り、再生する活動を支援していきます。

「人の未来づくり」
すべての人が互いの個性を尊重し合い、助け合い、そして未来へ「命」をつなげ、「夢」を持って生きていけるよう、次世代を担う世代や災害や貧困に苦しむ人々、日常生活や社会生活においてさまざまな制約を受ける人々を支援していきます。

社会貢献活動の基本的な考え方と重点テーマ

Canon

未来につなぐふるさとプロジェクトプロジェクトについて

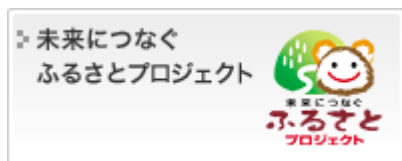
「未来につなぐふるさとプロジェクト」について

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、社会貢献活動の重点テーマである「未来につなぐ環境づくり」「人の未来づくり」を実現するための活動として、子供たちの未来に美しく緑豊かなふるさとを残すことを目的に、「未来につなぐふるさとプロジェクト」を国内のさまざまな地域で展開しています。

プロジェクトの取り組み

- ステークホルダー参加型の自然再生活動
- カーボン・オフセット ※ による森林再生支援
- 東日本大震災の被災地復旧・復興に取り組むNGO／NPOへの支援

※ カーボン・オフセット：自らのCO_2排出量のうち、どうしても削減できない量の全部または一部を他の場所での削減・吸収量でオフセット（埋め合わせ）すること。

「未来につなぐふるさとプロジェクト」の詳細は、こちらのページでご覧いただけます。

未来につなぐふるさとプロジェクト活動実績

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、ステークホルダー参加型の社会貢献活動「未来につなぐふるさとプロジェクト」を全国各地で展開しています。

「未来につなぐふるさとプロジェクト」の活動実績

カーボン・オフセット実績

オフセット対象	2010年 オフセット量	2011年 オフセット量
カートリッジ回収時にトラックなどの物流において発生するCO_2 （支援先：釜石地方森林組合）	265トン	250トン
「Refreshedシリーズ」の製造段階までに発生するCO_2 （支援先：三重県大台町）	110トン	200トン

寄付実績

内容	2010年 寄付総額	2011年 寄付総額
使用済みトナーカートリッジ／インクカートリッジ回収本数に応じた寄付	10,460,000円	14,280,000円
PPC用紙販売数に応じた寄付	–	491,320円
クリック募金による寄付	610,872円	544,896円
お客さま向けアンケート回答数に応じた寄付	–	390,880円
「キヤノン大撮影会」の参加費全額寄付	–	6,546,000円
自動販売機の売上の一定割合の寄付	–	61,089円 ※
年間寄付総額	11,070,872円	22,314,185円

※ アーバン ベンディックス ネットワークによるマッチング寄付額（23,786円）を加えて寄付いたしました。

ボランティア活動参加実績

活動地域	連携団体（活動場所）	2010年実績		2011年実績	
		実施 回数（回）	延べ参加 人数（名）	実施 回数（回）	延べ参加 人数（名）
北海道	特定非営利活動法人 森林遊びサポートセンター	4	45	3	29
山形県	特定非営利活動法人 共存の森ネットワーク	3	107	3	62
茨城県	特定非営利活動法人 アサザ基金	3	115	4	121
栃木県	特定非営利活動法人 塩谷町旧熊ノ木小学校管理組合	–	–	3	53
東京都	公益社団法人日本山岳会 高尾の森づくりの会	–	–	1	4

活動地域	連携団体(活動場所)	2010年実績		2011年実績	
		実施回数(回)	延べ参加人数(名)	実施回数(回)	延べ参加人数(名)
新潟県	特定非営利活動法人 共存の森ネットワーク	6	136	4	93
山梨県	一般社団法人風土人	–	–	4	57
静岡県	特定非営利活動法人 グラウンドワーク三島	4	75	4	79
三重県	野原村元気づくり協議会	1	27	3	91
大阪府	特定非営利活動法人 里山倶楽部 (2012年1月からの連携団体)	–	–	–	–
	特定非営利活動法人 樹木・環境ネットワーク協会 (2010年～2011年の連携団体)	2	23	1	9
広島県	西条・山と水の環境機構	3	77	2	49
香川県	特定非営利活動法人 どんぐりネットワーク	4	49	2	31
福岡県	和白干潟を守る会	5	142	4	43
沖縄県	美ぎ島宮古グリーンネット			1	8
年間延べ実施回数、延べ参加人数		35	796	39	729

「未来につなぐふるさとプロジェクト」の詳細は、こちらのページでご覧いただけます。

Canon

みんなの笑顔プロジェクトプロジェクトについて

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、東日本大震災の被災地の復興支援活動として、被災地のコミュニティづくりを支援する「みんなの笑顔プロジェクト ～Smile for the Future～」を実施しています。

「みんなの笑顔プロジェクト」について

キヤノンMJグループはこれまで、被災地で復旧・復興の支援活動を展開するNPOやNGOに対し、支援金や活動に必要な事務機器などを提供することにより、社会インフラの再整備に協力してきました。被災地は復旧期から復興期に移り、仮設住宅での新たなコミュニティづくりや子供を中心としたこころのケアが必要とされています。キヤノンMJグループは、その支援策として「写真を楽しもう・自然と遊ぼう」をコンセプトとした、写真撮影・自然体験プログラム「みんなの笑顔プロジェクト ～Smile for the Future～」を実施しています。

「みんなの笑顔プロジェクト」のロゴ

プロジェクトの活動内容

みんなの笑顔プロジェクトでは、「写真撮影プログラム」と「自然体験プログラム」を実施しています。

～写真を楽しもう～ 写真撮影プログラム

「写真撮影プログラム」は、キヤノンが持つ写真のノウハウを活用し、写真家の先生の指導のもとに子供たちが写真を撮ったり、楽しい写真プリントの体験をするプログラムです。また、全国の小学校で実施している「ジュニアフォトグラファーズ」（キヤノン株式会社主催）や「フォトレター教室」（キヤノンMJ主催）も、このプロジェクトに参画しています。

～自然と遊ぼう～ 自然体験プログラム

キヤノンMJグループは環境保全を目指した社会貢献プログラム、「未来につなぐふるさとプロジェクト」を国内15ヵ所の地域で実施しています。「自然体験プログラム」は、これらの自然に恵まれた地域に、被災地の親子をご招待し、地元のみなさんやキヤノングループの従業員との交流のなかで、写真教室に参加したり、自然の中での遊びや農林作業を体験するプログラムです。

Canon

みんなの笑顔プロジェクト活動報告

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、東日本大震災の被災地の復興支援活動として、被災地のコミュニティづくりを支援する「みんなの笑顔プロジェクト ～Smile for the Future～」を実施しています。

「みんなの笑顔プロジェクト」の活動報告

気仙沼の児童館で第一回、第二回写真教室を実施

2012年1月14日（土）、21日（土）、気仙沼の赤岩児童館、古町児童館、鮪立児童館で、親子を対象とした写真教室を実施し、約80名の親子が参加しました。
子供たちは写真家の広田 泉先生に、一眼レフカメラの使い方を教えてもらった後、早速楽しそうに走り回りながら約1時間の撮影を行いました。その後は、子供たちの一番気に入った写真をそれぞれ3枚プリントアウトしてプレゼントしました。
参加した子供たちからは、「本当に楽しかった！ぜひまた来てほしい」というメッセージと元気をもらいました。
この写真教室の実施にあたっては、NPO法人 ピースウィンズ・ジャパンや、児童館のスタッフの皆さんなど、たくさんの方々にご協力をいただきました。

広田先生にカメラの使い方を習う子供たち

お気に入りの一枚と一緒に記念撮影

写真家：広田 泉氏 プロフィール

1969年 東京生まれ。
鉄道写真家である広田尚敬の次男として生まれ、2歳で初めて鉄道写真を撮る。染色職人、会社員、会社経営を経て2002年にフリーランスの写真家としてデビュー。またEOS学園をはじめとする写真教室や撮影会、ツアーなど各種イベント、テレビなどで鉄道写真の楽しさを広く伝えようと活動中。また2011年、各地の復旧支援を続ける中で写真集「ここから始まる」を自社出版して被災した路線をつなげる活動をはじめた。

写真家：広田 泉氏

キヤノンギャラリー仙台で写真展を実施

3月8日～19日、キヤノンギャラリー仙台において、「みんなの笑顔プロジェクト」写真展を実施しました。
写真展では、1月に気仙沼で実施した写真教室で子供たちが撮影した作品を中心に展示を行いました。

写真展の様子

気仙沼の児童館で第三回写真教室を実施

写真撮影の様子

2012年4月21日(土)気仙沼の大島児童館で、親子を対象とした写真教室を実施しました。
1日2回のワークショップを実施し、子供たちを中心に、午前15名、午後19名 計34名の参加者が集まり、写真の撮影やプリントを楽しみました。
子供たちは、初めて触る一眼レフカメラで、写真家の広田 泉先生に使い方を教えてもらい、なかにはズーム機能や連写機能など、いろいろな機能を試し、独創的で楽しい写真を数多く撮影している子供たちもいました。
一眼レフカメラの画像をインクジェットプリンターで出力した写真をプレゼントした際、写真に触れた参加者たちの笑顔の姿が印象的でした。

社会貢献活動人道・災害

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、災害や貧困で苦しむ多くの方々に対して、国際機関やNPOなどを通じたさまざまな支援を行っています。

東日本大震災の復興支援

東日本大震災の復興支援活動として会社からの支援および従業員からの募金を実施しました。実績は、以下の通りです。

寄付実績

会社からの支援

- キヤノングループとして総額3億円を日本赤十字社に寄付
- 「未来につなぐふるさとプロジェクト」を通じた支援として総額約1,160万円を東日本大震災の被災地で復興支援を行うNGO／NPO(アムダ、ジャパン・プラットフォーム、ジェン、難民を助ける会、ピースウィンズ・ジャパン、日本国際民間協力会)に寄付

  プロジェクトの主な取り組み
  - 使用済みトナーカートリッジ／インクカートリッジ回収本数に応じた寄付
  - PPC用紙販売数に応じた寄付
  - クリック募金による寄付
  - お客さま向けアンケート回答数に応じた寄付
  - 「キヤノン大撮影会」の参加費全額寄付
- 量販店、ビジネスパートナーの事業再開に向けた支援

従業員からの募金

従業員の募金活動で、総額約1,270万円を以下の団体に寄付しました。(2011年12月末時点)

- 寄付先団体
  - 日本赤十字社
  - 国連WFP協会
  - 中央共同募金会
  - 特定非営利活動法人アムダ(AMDA)
  - 特定非営利活動法人ジャパン・プラットフォーム
  - 特定非営利活動法人ジェン(JEN)
  - 特定非営利活動法人難民を助ける会
  - 特定非営利活動法人ピースウィンズ・ジャパン
  - 公益社団法人 日本国際民間協力会(NICCO)

NGO／NPOとの意見交換会

キヤノンMJグループでは、東日本大震災からの復興を支援するため従業員による募金活動を実施し、約1,270万円(2011年12月末時点)の善意が寄せられました。
2011年9月22日、募金の寄付先団体であるジェン(JEN)、ピースウィンズ・ジャパンのご協力のもと、キヤノンMJ本社(品川)にて従業員との意見交換会を開催しました。
最初に2団体から、寄付金がどのように被災者のお役に立てたのか、また、現在の被災者のニーズや今後の課題などについて、講演いただきました。
その後、「行政、企業、NGO／NPOとの連携における課題」や、「被災地を忘れないための意識啓発のあり方」など、さまざまなテーマについて情報共有・意見交換が行われました。

参加者からは、「NGO／NPOの活動内容がよくわかり、今後も協力していきたいと思った」「職場に戻って、同僚にフィードバックしたい」などの感想が寄せられました。

ジェン（JEN）による講演の様子

ピースウィンズ・ジャパンとの意見交換の様子

WFP 国連世界食糧計画への支援

キヤノンMJは、飢餓と貧困の撲滅を使命として途上国で食糧支援を行うWFP 国連世界食糧計画を支援しています。その一環で、2008年12月からWFPの日本公式支援窓口「国連WFP協会」に評議員として参加しています。チャリティウォーク「WFPウォーク・ザ・ワールド」には、2009年から協賛。2012年は従業員とその家族65名が参加しました。
2011年からは、キヤノンMJグループの一部の事業所で、自動販売機の売上の一定割合を国連WFP協会の「学校給食プログラム」に寄付するしくみを導入し、107,849円 ※をお贈りしました。

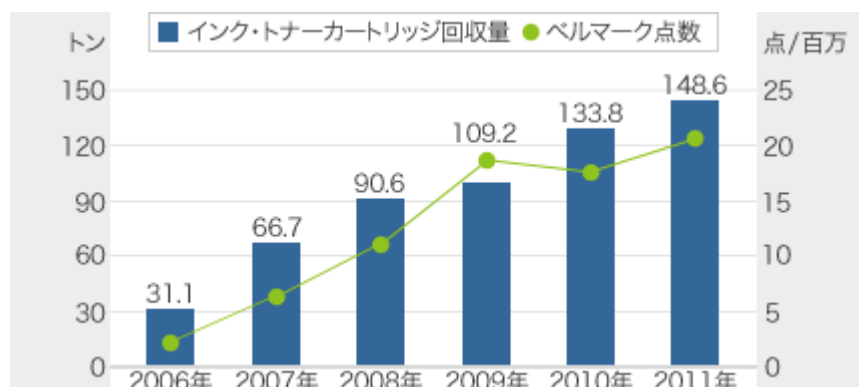
※ アーバン ベンディックス ネットワークによるマッチング寄付額を含みます。

「WFPウォーク・ザ・ワールド2012」の参加者

社会貢献活動環境保全

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、誰もが参加できる身近な活動から従業員の自主的な活動まで、環境保全に積極的に貢献しています。

ベルマーク運動

子供たちに資源の大切さを知ってほしいという願いを込め、キヤノンMJは、2005年4月よりベルマーク運動に協賛しています。一般的なベルマークを集める協賛方法とは異なり、ベルマーク教育助成財団に登録されている学校が使用済みのインク・トナーカートリッジを集め、これをキヤノンMJが回収して、回収数に相当するベルマーク点数を学校に進呈しています。参加校はすでに14,447校（2011年12月末現在）を超え、2011年には、合計で20,474,410点を参加校に進呈しました。
インク・トナーカートリッジの回収量は、2006年の31.1トンから2011年は148.6トンと、活動の輪が拡がっています。

使用済みインク・トナーカートリッジの回収量の推移

ライトダウンキャンペーンへの参加

キヤノンMJグループの全国11ヵ所の事業所では、地球温暖化防止のためのCO_2削減／ライトダウンキャンペーン「昼も。夜も。節電ライトダウン2011」※ に参加しました。

※「夏至ライトダウン」「七夕ライトダウン」「節電ライトダウン」のすべてのキャンペーンに参加しました。

社会貢献活動社会福祉

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、ペットボトルキャップの収集活動やAED（自動体外式除細動器）の普及活動を全国各地で展開し、社会福祉の充実に貢献していきます。

AEDを使用した心肺蘇生講習

日本国内では、年間6万件以上 ※1 の突然の心停止が発生しており、救命処置が間に合わずに命を落とすケースも少なくありません。キヤノンMJ グループでは、一人でも多くの命を救い、社会に貢献する事業として2009年よりAEDの販売を開始しました。2010年からは従業員のインストラクター（NPO法人大阪ライフサポート協会公認）を育成し、そのメンバーが全国でお客さまをはじめとするステークホルダーの皆さま向けに心肺蘇生講習を実施するなど、一次救命活動の普及に取り組んでいます。

AEDを使った一次救命普及活動

心肺蘇生講習会実施風景

※1　総務省消防庁平成23年版 救急・救助の現況より

心肺蘇生講習	件数	人数
2010年実績合計	908件	13,065名
2011年実績合計	1,041件	16,250名
累積	1,949件	29,315名

関連情報を見る

AED（自動体外式除細動器）の詳細は、こちらのページでご覧いただけます。

ペットボトルキャップの収集活動

キヤノンMJグループでは、世界の子供にポリオワクチンを贈る人道支援とキャップの再資源化によるCO_2削減の2つの目的から、ペットボトルキャップの収集活動を各地で行っています。

事業所に設置している回収ボックス

	個数 ※2	ワクチン ※3
2010年末までの累計	736,104個	約920人分
2011年末までの累計	1,692,327個	約2,115人分

※2　NPO法人エコキャップ推進協会が集計した回収実績（2011年12月末時点）に限ります。
※3　ペットボトルキャップ800個で、ワクチン1人分が購入できます。

社会貢献活動地域社会

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）の全国の事業所では、環境美化活動への参加などを通じて、地域住民の方々とコミュニケーションを深めるとともに、地域社会に貢献しています。

イベントを通じた地域交流

キヤノンキッズパークを開催

キヤノンMJでは、品川、銀座、名古屋、大阪（梅田）の4カ所で、親子を対象にした夏休みイベント「キヤノンキッズパーク」を開催。地域の親子をはじめたくさんの方にご参加いただいています。
光と色を学べる実験教室やカメラ工作教室など、親子で楽しみながら、夏休みの自由研究にも役立つプログラムを実施しています。

光と色をテーマにした親子実験教室での様子

「久辺テクノフェスタ2011」での地域交流：クオリサイトテクノロジーズ

クオリサイトテクノロジーズは、2011年11月、本社がある沖縄県名護市とNPO法人NDAが主催する「久辺テクノフェスタ2011」に参加しました。
「久辺テクノフェスタ」では、金融特区・情報特区である久辺地区・豊原地区に立地する企業が、地域の方々の関心を高め、各企業・学校の連携を深めることを目的に、企業の施設を一般公開し、企業紹介や職場体験などのイベントを開催します。
クオリサイトテクノロジーズは、小中学生を対象に、プログラミング体験講座を開催し、たくさんの親子連れの方に参加していただきました。

地域の環境美化活動

キヤノンMJグループ各社では、事業所周辺の自主的な清掃や自治体主催のクリーンデーなどへの参加を通じて、地域の環境美化に積極的に取り組んでいます。

2011年に参加した主な環境美化運動

- 品川グランドコモンズ清掃活動
- 千葉県「幕張新都心クリーンの日」
- 大阪マラソン”クリーンUP”作戦
- 「富山駅北地区」環境美化清掃活動
- 「広島パークビル協同清掃活動」
- 福岡RDビル周辺クリーンデー

品川グランドコモンズ清掃活動

千葉県「幕張新都心クリーンの日」

社会貢献活動教育・学術

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、未来を担う子供たちに役立つプログラムの提供や、次世代の研究者や技術者を育成するための大学への講師派遣など、産学が連携した教育・学術活動に取り組んでいます。

未来を担う子供・学生たちの育成

子供や学生の進路をめぐる環境が大きく変化する中、家庭、地域、産業界が一体となったキャリア教育の重要性が高まっています。
キヤノンMJグループは、子供や学生の科学技術や仕事に対する興味を喚起し、勤労観や職業観を養うため、さまざまな活動を行っています。

大阪府「未来の産業人材養成事業」に協力

キヤノンMJは、次代を担う子供たちに「職業」への理解を深めてもらうため、大阪府がすすめる「未来の産業人材養成事業」に協力しました。小学校4校への出前授業を開催し、牛乳パック・レジ袋・虫眼鏡などを使って手作りのカメラを作成するプログラムを行いました。このカメラは、被写体を感光紙に写すしくみになっており、子供たちには、撮影から現像するまでの一連の流れを体験していただきました。

作成したカメラで撮影を行う様子

中高生の企業訪問に協力

キヤノンMJは、高校や中学校が行っている課外学習の一環としての企業訪問を積極的に受け入れています。企業訪問では、ショールームの見学、デジタル一眼レフカメラ体験、AED使用体験、キヤノンの環境の取り組みのレクチャーなど4つのプログラムから1つをお選びいただけます。2011年は、17校のベ247名の訪問を受け入れました。この取り組みにより、会社や仕事に対して理解を深めていただき、将来の進路決定に役立てていただければと考えています。

千葉県夢チャレンジ体験スクール「キャリア教育科学・先端技術体験キャンプ」に協力

キヤノンMJグループは、子供の科学に関する興味・関心を高め、科学的な見方や考え方を養ってもらうために、2011年8月、千葉県夢チャレンジ体験スクール「キャリア教育科学・先端技術体験キャンプ」に協力しました。
このスクールでは、千葉県内の中学生4名に対して、さまざまな体験プログラムを実施しました。
参加した中学生は、デジタル一眼レフカメラなど製品の組み立てと実写体験、撮影画像のプリント体験を通じて、先端技術について理解を深めました。

製品の組み立てを行う様子

小学校の体験プログラム「ゆめ・仕事ぴったり体験」に協力

子供がキヤノンの技術に触れることにより、科学技術に興味や関心を持ってもらうことを目的に、キヤノンMJグループが千葉市立高洲第三小学校の「ゆめ・仕事ぴったり体験」に協力しました。
当日は、小学生9名を幕張事業所に受け入れ、カメラのレンズ磨きやスナップ写真のダイレクトプリント、自分たちの写真が

入ったオリジナルノート作製などを体験していただきました。生徒からは、「カメラに興味がわいた」「印刷や製本の速さに感動した」「世界に一つだけのノートができて嬉しかった」との声をいただきました。

写真撮影の様子

大学での講義を実施：キヤノンITソリューションズ

キヤノンITソリューションズでは、より実践的な講義を通じて学生が研究分野について理解をより深めてもらうことを目的に、従業員を講師として派遣しています。
大阪大学大学院情報科学研究科では「マルチメディア工学特別講義」を開催し、最近の情報セキュリティに関する潮流や産業界での技術動向について説明しました。
また、千葉工業大学では、「セキュリティリスクマネジメント特別講義」を開催し、企業を狙ったサイバー攻撃などの脅威や、ウイルス感染が企業にもたらす被害と影響について解説を行いました。

大阪大学での特別講義の様子

Canon

社会貢献活動芸術・文化・スポーツ

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、芸術・文化・スポーツの振興をさまざまな形でサポートし、豊かな社会の実現に貢献していきます。

芸術・文化支援活動

写真文化の発展に寄与する「写真甲子園」への協賛

キヤノンMJは、“写真の町”北海道東川町で開催されている「写真甲子園（全国高等学校写真選手権大会）」に協賛しています。
この大会は1994年より毎年開催され、2011年で18回目を迎えました。2011年の本戦では、全国の応募高校から選抜された20校（がんばれ東北枠の2校を含む）が集い、東川町とその周辺地域の富良野市や美瑛町などを撮影エリアとした作品によって優勝が競われました。
キヤノンMJでは、すべての本戦出場校にデジタル一眼レフカメラEOS、EFレンズ、インクジェットプリンターPIXUSの貸出と、大会期間中に使用するインクカートリッジ、用紙の提供をしています。この協賛を通じ、高校生らしい創造性の育成や写真技術の向上と写真文化の発展に寄与するとともに、地域活性化にも貢献しています。

「写真甲子園2011」での撮影風景

写真展の開催を支援「キヤノンギャラリー」

キヤノンMJでは、写真作品を展示・発表する場として「キヤノンギャラリー」を全国7ヵ所で展開しています。
品川の「キヤノンギャラリー S」は、著名なプロ写真家による企画展を開催し、その他の「キヤノンギャラリー」では、公募による写真展を開催しています。
また、「キヤノンフォトコレクション」として、1,900余点におよぶ日本国内の著名写真家の作品を収集し、順次展示公開しています。

キヤノンMJ本社ビルにある「キヤノンギャラリー S」

スポーツ支援活動

トップパートナーとしてJリーグをサポート

キヤノン（株）とキヤノンMJは、1996年よりトップパートナーとしてJリーグをサポートしています。
毎年開幕時期にあわせてスペシャルイベントを開催するなど、さまざまな支援を通じてサッカーの魅力をお伝えしています。

女子テニスプレーヤー森田あゆみ選手をサポート

世界を舞台に活躍する女子プロテニスプレーヤーの森田あゆみ選手。
キヤノンMJは、世界のトップを目指して戦う前向きで意欲的な森田選手を応援しています。
2011年は、子供達を対象にしたテニスクリニックを開催し、参加費76,000円を森田選手が賛同している“Make-A-Wish of

Japan" ※1 へ全額寄付しました。

※1 「難病の子供の夢を叶える」お手伝いを目的とした国際的なボランティア団体の日本支部

プロテニスプレーヤー森田あゆみ選手

男子プロゴルフトーナメント「キヤノンオープン」を主催

キヤノン（株）とキヤノンMJは、2008年より男子プロゴルフトーナメント「キヤノンオープン」を主催しています。
2011年はギャラリーイベントとして、「チャリティフォト撮影会」を開催して募金を集めるとともに、その募金額と同額を会社が上乗せするマッチングギフトを行い、計1,844,000円を「社会福祉法人 横浜市社会福祉協議会」に寄付しました。
また、開催時期にあわせ、会場近隣の小学生を招待し、社会科見学を実施するなど、日本ゴルフ界の発展はもちろん、地域社会の発展やつながりにも貢献しています。

会場近隣の小学生を招待した社会科見学

Canon

ステークホルダーとともに

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、CSR活動をマーケティングそのものとしてとらえ、ステークホルダーの期待や要請に応える取り組みを真摯に実践していきます。

お客さまとともに

お客さまの声を活かすしくみ

- お客様相談センターの取り組み
- ショールームの取り組み

お客さまサポートの充実

- 修理期間の短縮
- 修理品質の向上
- 保守サービスにおける業務改善

お客さまのビジネス支援

- ビジネスマッチングの支援
- お客さまの業務改善に役立つノウハウの提供
- 人材育成・健康管理の支援

お客さまのCSR活動を支援

- CSRの取り組みを支援するセミナー
〜本社部門・無形資産活用セミナー
- ウェブサイト「CSRナビ」での情報提供

ビジネスパートナーとともに

お客さま価値創出のための協働

- お客さま対応力やスキルの向上

CSR調達

- CSR調達ガイドライン
- 公正な取引と良好なパートナーシップの構築
- 仕入先の製品安全基準の遵守

グリーン調達

- グリーン調達基準の周知・徹底

株主・投資家とともに

積極的なIR活動の推進

- 株主・投資家との対話
- 迅速な情報開示
- 社内に向けて証券市場の声を伝える

社外からの評価

- SRIインデックスへの組み入れ状況
- IRサイトの外部評価

従業員とともに

従業員に関する方針

- キヤノン行動指針

人権の尊重と多様な人材の活躍

- 不当な差別の防止
- ハラスメントへの対策
- 障がい者雇用の取り組み
- 仕事と育児・介護の両立
- キヤノンMJグループ従業員情報

仕事にやりがいを感じる環境づくり

働きやすく快適な職場環境の整備

- 賃金制度・評価制度
- 研修メニューの充実
- 経営層と従業員のコミュニケーション
- 労使関係の発展

- 安全衛生・健康管理の考え方
- グループ内での安全衛生基準を統一
- 地域・職場単位での安全衛生活動
- 従業員の健康管理
- 救命救急体制の推進と災害対応力の強化
- 安全運転への取り組み

お客さまとともにお客さまの声を活かすしくみ

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、お客様相談センターやショールームなどの窓口を通じて、お客さま一人ひとりのご意見に耳を傾け、より良い製品の開発やサービスの提供に活かしています。

お客様相談センターの取り組み

お客さまの声を大切にするしくみ

お客様相談センターにメールや電話で寄せられるご意見・ご要望を、キヤノンの開発・設計・品質・保証部門や、キヤノンMJの営業・技術部門へフィードバックし、お客さまに満足していただける製品・サービスの提供に役立てています。

コールセンター業務の品質保証規格「COPC-2000®」認証を取得:キヤノンカスタマーサポート

お客様相談センターを運営しているキヤノンカスタマーサポート(以下、キヤノンCS)は、2011年7月、国内に4ヵ所ある全コールセンターにおいて、「COPC-2000 CSP規格リリース4.4版」の認証を取得しました。
「COPC-2000」とは、コールセンター業務において、お客さま満足度向上と生産性向上の実現のために策定されたグローバル水準の品質保証規格です。この認証取得には、S・Q・C・CS(サービス、クオリティ、コスト、顧客満足度)の指標管理と、そのバランスの取れたマネジメントが必要とされます。
キヤノンCSは、体制や業務プロセスを一から見直すとともに、さまざまな改善活動に取り組んだ結果、各指標のパフォーマンスが優秀なレベルを達成し維持したことが認められ、認証取得に至りました。

キヤノンCSの主な改善活動

つながりやすさと応対品質の向上	いつの時間帯でもお客さまをお待たせしない体制を構築するため、つながりやすさの指標である応答率(応答件数/着信件数)を90%に設定し、その達成に向けて、15分単位の人員スケジュール管理を行っています。
お客さまアンケートからの改善活動	ウェブアンケートに加えて、毎月500件以上の電話アンケートによる顧客満足度調査を行い、お客さまの「不満の声」に対する改善に取り組んでいます。
電話応対のモニタリングによる改善活動	お客さまとの電話応対をモニタリング(お客様相談センター全体で月1,500件、一人あたり月6回)し、お客さまからの「生の声」を応対品質向上に活かしています。
お客さま対応に必要な知識の研修と定期検証の実施	お客さま対応に必要な知識は、新製品研修やフォローアップ研修などで身に付けます。知識が身に付いているかの検証は、e-ラーニングによるテストや、お客さまとの電話応対のモニタリング結果を用いてチェックシートで確認しています。新入社員の場合には、正式配属前のロールプレイングなどでも、検証を行います。

今後もキヤノンCSは、コールセンター業務の継続的な改善活動を行い、お客さまの期待に応える高品位なサービスを提供していきます。

COPC-2000®認証取得ロゴ

お客様相談センターの様子

お客さまへの適切な回答を導き出す「コールセンターフロントエンドシステム」

お客さまからのお問い合せに対して、迅速かつ適切に対応するために「コールセンターフロントエンドシステム」を導入しています。このシステムでは、商品別にデータベース化された情報を即時に検索できるよう、操作画面が視覚的に工夫されています。また、お客さまから頻繁にお問い合せいただく内容については、より迅速に対応できるよう、情報やノウハウを蓄積しています。

「情報分析システム」を用いた問い合せ内容の分析

コールセンターで受け付けたお問い合せの記録をデータベース化し、件数の推移や内容の傾向を把握するために「情報分析システム」を導入しています。特に多くお寄せいただくお問い合せについては、サポートページにQ&Aとして公開しています。

コミュニケータのお客さま応対力向上

お客様相談センターでは、お客さまの状況を電話で把握し、お気持ちまで汲み取れる対応を常に心掛けるとともに、製品の故障に関する知識や想定されるQ&Aを共有化できるよう、徹底した教育活動を行っています。
その結果、電話応対を担当するコミュニケータがお客さまの指摘している現象を正確に理解できるようになり、現認率 ※ が大幅に改善され、不要修理を2007年比で約20％低減することができました。また、この活動はお客さまの製品ダウンタイムを最小限にとどめることにもつながりました。

※ 現認率：修理の申し出と実際の故障が一致しているかの指数

ショールームの取り組み

ショールームは、お客さまがキヤノン製品を実際に手に取り、触れていただける場であるだけでなく、お客さまから生の声をいただく重要な役割も果たしています。
「キヤノンプラザ S」(品川)と「キヤノンデジタルハウス」(銀座・梅田・名古屋)では、最新のカメラを使って撮影し、プリンターで印刷して作品を手にするまでを、豊富なラインアップで体験していただけます。
ショールームで接客を担当するソリューションナビゲーターは、製品の説明を行うだけでなく、お客さま一人ひとりのご希望に耳を傾け、それを実現する方法を一緒に考えます。
そして、お客さまから直接いただく声はもちろん、お客さまと対面することで感じた「声にならない声」まで、データベースに記録します。それらは毎月月報にまとめられ、キヤノンMJの商品企画部門や、キヤノン(株)の開発スタッフに伝えられます。

ショールームで活躍するソリューションナビゲーター

これらの取り組みの一例として、大きなサイズで読みやすいデジタルカメラの取扱説明書の作成や、PIXUSでフォトレターを作る際に使用する「手書きナビシート」の改良など、お客さまの声を製品・サービスに反映することができました。

お客さまとともにお客さまサポートの充実

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、機器の修理や点検などに関するお客さま対応品質の向上に努め、「キヤノン製品を使っていてよかった」と感じていただけるような、サポート体制の充実を図っています。

修理期間の短縮

修理品の引き取りと返却をより早く。「はやメンテ」サービス

キヤノンでは、お客さまのお手元へ修理完成した製品をより早くお届けし、より早くお使いいただくことを、コンシューマー製品の修理に対するコンセプトとしています。「はやメンテ」とは、このコンセプトをもとにスタートしたサービスです。このサービスでは、ヤマト運輸との協働により、修理品をお預かりしてから最短2日で修理完成品を返却することができます。
「はやメンテ」には、電話やインターネットでお申し込みいただくと最短2時間で引き取りに伺う「呼んで はやメンテ」と、全国で5,000拠点のヤマト運輸営業所にお持ち込みいただく「持って はやメンテ」の2種類があります。

「はやメンテ」の告知ポスター

修理品質の向上

3社協働での修理体制の整備

キヤノンMJ、キヤノン（株）、大分キヤノン（株）は、デジタルカメラ生産工場の大分事業所に、集中修理拠点を設け、3社協業で修理体制を整備しています。
修理にあたっては、「セル方式」の導入や部品の効率的活用、物流パートナーとの連携などにより、修理期間を短縮。あわせて、生産工場の検査体制を活かすことで修理品質を向上しました。
また、修理拠点を集中化することで、故障原因や品質情報のいち早い収集、精度の高い分析、開発や生産の現場へのタイムリーなフィードバックが可能となりました。これにより、品質問題が発生した際の素早い市場対応や現在生産している製品、次期製品への改善点の反映を実現しました。

セル方式による修理

2011年は、これまで修理対象であったコンパクトデジタルカメラやデジタルビデオカメラにデジタル一眼レフカメラを加え、取り組みを拡充しました。

複合機やプリンターの遠隔監視システム「ネットアイ」

「ネットアイ」は、インターネットを利用して複合機／レーザービームプリンターの機器の稼働状況を自動収集する遠隔監視システムです。
同システムを導入されたお客さまの出力枚数や故障内容などの稼働状況を事前に取得し、それに応じた点検を実施。カウンターの検針も自動で行われるため、検針日厳守のお客さまニーズにもお応えします。
また、トナー残量を自動検知し、お客さまメールアドレスにお知らせをするサービスにより、日常のトナー在庫管理、発注漏れ防止など、管理負荷軽減にもつながっています。
さらに、カスタマーエンジニア（以下、CE）が片面／両面プリントやカラー／モノクロプリントの使用比率などの稼働状況を参照

することで、的確なアドバイスが可能になりました。
ネットアイに登録された機器の累計登録台数は、2011年末現在で23.9万台と増え続けています（対前年比10%増）。
2010年7月からは、iR-ADVANCEシリーズ向けの新メニューとして、「CDS（コンテンツ・デリバリーシステム）」を運用開始。これは、インターネットを介して機器のファームウエアを最新の状態に更新するシステムで、5万台を超える台数の品質維持・向上に貢献しています。

保守サービスにおける業務改善

お客さまにとっての“使いやすさ”を追求するカスタマーエンジニアの取り組み：キヤノンS&S

キヤノンMJグループにおけるビジネス機器の保守サービス業務を担うキヤノンシステムアンドサポート（以下、キヤノンS&S）では、お客さまに「便利だね」「助かるね」「ありがとう」と感じていただけるよう、さまざまな活動を展開しています。

お客さまの声を活かす

CEは、訪問・電話・メール・アンケート調査などを通じてお客さまのご意見に耳を傾け、日々、お客さまとより良いコミュニケーションが図れるよう努めています。また、こうした中でいただいたお客さまの声（Voice of the Customer）には、迅速かつ確実な訪問対応を心掛けています。

品質改善活動

全国のサービス品質を維持・向上できるよう、2001年にISO9001を取得し、サービスプロセス（点検・修理・検針・報告・提案活動）を常に見直しています。また、市場で品質にまつわるトラブルが発生した際は、速やかに設計・開発部門に情報をフィードバックして改善し、ご安心してご使用いただけるよう努めています。

お客さまのご使用環境に適したご提案

業種や業態、業務内容によって機器のご使用方法や頻度はさまざまです。CEは、日頃のコミュニケーションを通じてお客さまのニーズの把握に努め、ランニングコスト削減や、ネットワーク機器・ソフトウエアの導入による業務の効率化など、お客さまの環境に適したご提案を行っています。

お客さまとともにお客さまのビジネス支援

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、ビジネスマッチングの機会創出や業務改善ノウハウの提供、各種研修サービスなどを通じて、お客さまのビジネスを支援しています。

ビジネスマッチングの支援

お客さま同士のビジネスマッチングを支援する「社長、曰く。」企画

「社長、曰く。」は、日本全国で活躍されている経営者の方々の「座右の銘」を紹介した新聞広告企画で、2010年までに累計5回、約3,000社にご協力いただきました。
キヤノンMJでは、同企画にご協力いただいた企業の経営層の方々を対象に、人材戦略やマーケティングに関するセミナーや交流会を実施。これまでにご参加いただいた方々は、延べ1,200社1,800名に上ります。
さらに2011年には、経営者の方々へのインタビュー記事を掲載した冊子を発行・配布するプログラムを実施しました。経営者としての視点で語られる顧客価値創造や人材育成などの取り組みに関心をもたれたお客さまから紹介依頼をいただくなど、新たなビジネスマッチングにもつながっています。

「社長、曰く。」トップインタビュー冊子

お客さまの業務改善に役立つノウハウの提供

業務改善を実体験できる「オフィスツアー」

キヤノンMJグループでは、業種を問わず企業の課題となっているコスト削減や生産性の向上、コンプライアンスや情報セキュリティ、環境保全などに対するさまざまな取り組みを行っています。これら自社の業務改善から生まれたノウハウを「オフィスツアー」を通じてお客さまにご紹介しています。
「オフィスツアー」は、キヤノンMJ本社ビル（キヤノン S タワー）をはじめ、札幌、仙台、名古屋、大阪、広島、福岡の各支店でも実施しています。2011年は、キヤノン S タワーで506回（2,223名）、支店で合計897回（2,258名）実施しました。

キヤノン S タワーにおけるオフィスツアーの様子

業務改善・生産性向上を支援する各種セミナーの開催：キヤノンS&S

キヤノンシステムアンドサポート（以下、キヤノンS&S）は、基幹業務・情報セキュリティ・ネットワーク構築、さらにはBCP（事業継続）対策など、業種・業務に応じた最適なソリューションのご提供を通じて、お客さまの業務改善・生産性向上のサポートを行っています。
その一環として、キヤノンMJグループにおける自社活動事例や独自ノウハウをご紹介する各種セミナーを、全国各地で実施しています。セミナー参加企業のうち希望者の方には、後日、コンサルタントが訪問し個別相談を受けるなど、お客さまの実情に即した具体的なご提案も行っています。
今後も、キヤノンS&Sは、地域に密着した全国約200ヵ所の拠点ネットワークを通じて、お客さまへのビジネス支援を行っていきます。

種別	概要	2011年 活動実

		績
ITソリューション関連セミナー	「IT Solution Forum ※ 」での各種セミナー（クラウドビジネス、モバイル端末の活用、人事・労務問題解決、節電対策など）を通じた課題解決策のご提案	全国32ヵ所延べ293回開催 2,917社がご参加
個人情報・情報セキュリティ関連セミナー	プライバシーマークやISMS認証取得ノウハウの提供、および「情報セキュリティ簡易診断サービス」の無料実施	16回開催 92社146名がご参加
BCM（事業継続マネジメント）関連セミナー	事業継続計画の策定プロセスやシステム構築のあり方などの紹介、および「BCM（事業継続マネジメント）簡易診断サービス」の無料実施	18回開催 179社がご参加

※ お客さまの抱える経営課題を徹底的に解決することを目的にしたイベントで、キヤノンS&Sが取り扱うソリューションを中心にハード・ソフトの展示会やセミナーを開催しています。

ITソリューションセミナーの様子

ISMS・プライバシーマークに関するセミナー

人材育成・健康管理の支援

システム構築の人材を育成する「BABOK®研修」の開発・運営：エディフィストラーニング

組織における真のビジネスニーズを引き出し、システム構築のための要件定義を行う「ビジネスアナリシス」が注目されています。
そして昨今では、このビジネスアナリシスにおけるシステム構築の超上流工程を担う人材に必要な知識体系であるBABOK®が、北米や欧州で普及し始めています。
人材育成ソリューションをご提供しているエディフィストラーニングでは、世界標準となりつつあるBABOK®に取り組む国内企業を支援するために、各種研修を開発・実施し、経営とITの架け橋となる人材育成に貢献しています。

「BABOK®はじめの一歩」研修

従業員の働きがいや生きがいを高める「メンタルヘルス研修」の開発・運営：エディフィストラーニング

現在、産業界において強いストレスを受けている従業員が増加しており、モチベーションの低下や人間関係の希薄化などにより、メンタルヘルスに関する問題が深刻になっています。そこでエディフィストラーニングでは、企業の従業員の方々が、働きがいや生きがいを感じながら働くことができるための研修を開発・実施しています。
研修では、効果的なモチベーション・マネジメントやコミュニケーション・スキルアップ、メンタルヘルスの理解と実践について習得することができます。

メンタルヘルス研修

Canon

お客さまとともにお客さまのCSR活動を支援

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、企業のお客さまのCSRへの取り組み支援を目的としてセミナーの開催や、ウェブサイトにおいて自社のCSR活動事例紹介を行っています。

CSRへの取り組みを支援するセミナー～本社部門・無形資産活用セミナー

キヤノンMJでは、本社部門のメンバーが、お客さまやビジネスパートナーに向けた「CSRセミナー」を継続的に開催しています。社内では「本社部門・無形資産活用セミナー」と銘打ち、推進しています。CSR推進本部を中心とした「CSR全般」をはじめ、「コンプライアンス」「情報セキュリティ「環境」や、総務本部による「BCP」「省エネ対策」「知財戦略」など、キヤノンMJ本社部門の取り組みを通じて培ったナレッジ・ノウハウをセミナー形式で開示しています。商品・サービスのみならず、お客さまやビジネスパートナーのCSR活動を支援していくことも価値提供ととらえています。
セミナーを受講されたお客さまやビジネスパートナーからは、主に以下の点について、経営の舵取りやビジネス戦略のヒントになったという声が寄せられています。

- 不祥事の防止、リスクマネジメント体制の推進力
- イノベーションの誘発とコストダウン効果
- 取引先とのCSR協働による競争力強化
- 従業員のロイヤルティとモチベーションアップ
- 優秀な人的資源の獲得
- レピュテーション（企業の評判）の向上
- 企業価値やコーポレートブランド向上への寄与
- 業界や地域経済の活性化

自社だけでなく、バリューチェーン全体に拡げたCSRへの取り組みは「本業を通じたCSR」の一環となります。従業員一人ひとりがステークホルダー（社会）との接点であるため、その場における対面でのお客さまをはじめとするステークホルダーとの双方向コミュニケーションが、ISO26000のステークホルダー・エンゲージメントの側面からも推奨されている視点ととらえています。
一方、キヤノンMJグループの営業担当部門の従業員にとっては、こうした活動を通じて、お客さまにこれまで以上に、キヤノンMJグループへのご理解とご評価が得られ、良き関係の進展にもつながるという、事業支援効果ももたらされています。あわせて、従業員自らがCSRの担い手であるという自覚と意識が高まり、モチベーションの向上にも結びついています。

CSRセミナーの事例
～一般社団法人 兵庫県建築士事務所協会様向け

CSRセミナーの事例
～洛和会京都厚生学校様向け

ウェブサイト「CSRナビ」での情報提供

より多くのお客さまへ、「お客さま企業のCSR活動の参考となる情報をお届けしたい」という想いから、2011年12月、ウェブサイト（Canon.jp）上に「CSRナビ」を公開しました。このサイトでは、キヤノンMJグループのCSR活動事例を「コンプライアンス」「情報セキュリティ」「環境」「社会貢献」の4つのカテゴリーにわけて分かりやすく解説するとともに、そこで活用している製品やソリューションを紹介しています。
「Business with CSR」のコンセプトのもと、本業を通じてのさまざまな社会的要請への対応に役立つソリューションを事例とともに提供することで、お客さまの経営課題解決の一助となることを目指しています。サイト内にある「チェックシート」では、お客さ

まのCSR活動の課題と強化すべき点が簡単に把握でき、今後の対策へのヒントを提案するしくみになっています。
「CSRナビ」は今後も紹介事例の追加など随時更新を行う予定です。

「CSRナビ」トップ画面

ビジネスパートナーとともにお客さま価値創出のための協働

お客さまに最高の価値を提供し続けるためには、ビジネスパートナーと連携し、お客さまの要望に的確に応えることが重要です。
キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）では、ビジネスパートナーの従業員に対して、お客さま対応力の向上に寄与する各種プログラムを用意しています。

お客さま対応力やスキルの向上

「ソリューションマスターズコミュニティ」を通じて研修プログラムを提供

キヤノンMJでは、ビジネスパートナーの従業員に体系的な研修プログラムを提供する「ソリューションマスターズコミュニティ（SMC）」を設立し、営業・システム運用担当者を育成しています。
中小企業のお客さまにとって、ITの活用方法が高度化、多様化するにつれ、お客さまの「身近な相談相手」となる営業・システム運用担当者の役割が重要になっています。そこで、お客さま対応力やスキルの向上に役立つ研修メニューとして、コンサルティング手法やセキュリティ対策などを用意しています。
さらに2012年には、お客さまが属する業界の内外環境分析、および課題発見・課題解決を担う人材を育成する研修メニューを追加しました。
また、毎年11月には、全国のSMC会員、キヤノン（株）・キヤノンMJにおける商品企画の担当者が一堂に会し、カンファレンスを開催。取り組み事例の発表を中心に、幅広い情報交換を行っています。
今後もキヤノンMJは、SMC会員の人材育成を通じて、「お客さま価値創出」のための支援を継続していきます。

「ソリューションマスターズコミュニティ」のロゴ

SMC会員が集まった2011年のカンファレンスの様子

カスタマーエンジニアのサービススキル向上を目指した「スキルコンテスト」

「スキルコンテスト」とは、「サービス品質の向上」と「お客さま満足度の向上」を目的に、機器の保守・点検や修理を担当しているビジネスパートナーのカスタマーエンジニア（以下、CE）が、技術力とお客さま対応力を競うコンテストです。
4年目となった「スキルコンテスト2011」には、全国のパートナーCE 1,913名が参加。一次予選（筆記試験）と二次予選（顧客応対・テクニカル競技）を突破したCE21名による決勝戦を、11月にキヤノンMJ本社（東京・品川）で開催しました。
決勝戦では、お客さまニーズを引き出し課題解決につなげる「ロールプレイング」と、故障した複合機をいかに短時間で正確に修理できるかを競う「トラブルシューティング」を行いました。
今後も、キヤノンMJグループでは、ビジネスパートナーと連携し、CEのサービススキル向上を通じて、お客さまの満足度向上に努めていきます。

「スキルコンテスト2011」決勝戦の様子

「スキルコンテスト2011」入賞者

ビジネスパートナーとともにCSR調達

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）では、サプライチェーン全体でCSRに取り組むために、調達担当者に公正取引・企業倫理の徹底を図るための教育活動や、協力会社への説明会を行っています。

CSR調達ガイドライン

キヤノンMJグループでは、持続可能な社会形成に向けてサプライチェーン全体でCSR活動に取り組むことが重要と考え、当社の考え方の指針となる「CSR調達ガイドライン」を2010年に制定しました。
CSRへの取り組みをお取引先さまにもお願いし、サプライチェーン全体で環境保全、安心・安全な社会づくり、職場の安全衛生、人権尊重などの社会的責任に取り組むことにより、社会の生産性向上や人々の豊かな暮らしの実現を目指します。そのために、お取引先さまに対して、「CSR調達ガイドライン」に沿ったヒアリングを行い、お取引先さま毎に「弱み」「強み」を明確化して、「弱み」に対する改善をお取引先さまとともに図っていきます。また、これらへの取り組みの一環として、調達活動における公正取引や企業倫理の遵守を徹底するため、社内の発注担当者へ意識啓発・教育活動を行っているほか、協力会社に対しても説明会などを開催しています。

キヤノンマーケティングジャパングループ「調達基本方針」

キヤノンマーケティングジャパングループは、CSR調達活動の一環として下記の「調達基本方針」に基づき調達活動を実践します。

1. 安全性と品質を追求し、お客さまの満足度を高める価値ある製品・サービスの調達に取り組みます。
2. グリーン調達活動を通じて、お取引先さまとともに環境負荷の低減と、地球環境保全に努めます。
3. 法令および社会規範に則り、公平な取引機会の提供と公正な評価に基づいた調達を推進します。
4. CSR調達活動を通じて、お取引先さまと相互理解を深め、持続可能な社会の実現に貢献します。

お取引先さまへのお願い

キヤノンマーケティングジャパングループはサプライチェーン全体でCSR活動を推進することにより、お取引先さまと長期的に相互繁栄できる取引関係を目指します。お取引先さまには以下の項目への取り組みをお願い申し上げます。

「CSR調達ガイドライン」説明会の様子

1. 社会の生産性向上と、人の暮らしを豊かにする価値の提供
   - サプライチェーンにおけるコストの最適化に常に取り組み、市場において優位性のある価格での製品やサービスの提供を実現する。
   - 品質の維持・向上に努め、納期を守り、安全・確実に供給できる体制の構築に努める。
2. 地球温暖化対策、環境保全への取り組み
   - キヤノングリーン調達基準書を遵守し、製品に含有する有害化学物質の排除に努める。
   - 環境保全に配慮した生産・供給体制の構築に努める。
   - 環境負荷の少ない商品の開発や優先購入を推進する。
3. 安心・安全な社会づくり
   - 自由な競争を尊重し、公正で透明度の高い取引を行う。
   - 反社会的な個人・団体との取引は行わない。

- お客さまに対して事業活動や品質、製品の安全に関わる情報を適切に開示する。
- 製品安全に関連する法令に従い、製品の安全性を確保する。
- 取引を通じて知り得た個人情報・機密情報を厳密に管理する。
- 外部からの不正アクセスを防止し、コンピューターおよびネットワーク上の脅威に防衛策を講じる。
- 独占禁止法、下請法、外為法や労働関連法規、環境関連法規などの事業活動に適用される法令などを遵守する。
- 著作権、特許権などの知的財産権を尊重し、侵害しない。

4. 職場における安全衛生
- 従業員が安心して働ける安全で清潔な職場環境を提供する。
- 労働災害および労働疾病への適切な措置を講じるとともに防止策を設ける。

5. 人権の尊重
- 基本的人権を尊重し、不当な差別や各種ハラスメントを行わない。
- あらゆる形態の強制労働、および児童労働を排除する。

公正な取引と良好なパートナーシップの構築

下請法を遵守するための取り組み

下請取引の適正化・公正化を推進するために、キヤノンMJグループの発注部門を対象にした「下請法連絡会」を定期的に開催し、下請法を遵守した調達活動への取り組みを行っています。
また、キヤノンMJグループの従業員を対象にした「下請法セミナー」による教育活動や、社内イントラネットを通じた下請法への注意喚起により、「親事業者の義務と禁止事項」の理解と徹底に努めています。

下請法連絡会

新規取引協力会社向け説明会:キヤノンソフトウェア

キヤノンソフトウェアでは、新規の取引先を対象にした「新規取引協力会社向け説明会」を開催しています。この説明会は、遵法かつ公正な取引を徹底するとともに、取引事務を通じた円滑で良好なパートナーシップの構築を目的としています。2011年に3地区で延べ6回開催された説明会では、質疑応答を通じて、取引開始における協力会社の疑問や不安の解消にも努めました。

仕入先の製品安全基準の遵守

お客さまに安心してご使用いただける安全な製品を提供することは、最も重要な責務の1つです。
キヤノンMJでは、調達業務フローの中に、仕入商品が製品安全基準(電気用品安全法など)を遵守していることを確認するしくみを構築しているほか、仕入先が製品安全基準を満たせるよう、運用支援などを行っています。

ビジネスパートナーとともにグリーン調達

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）では、地球環境保全のため、より環境負荷の少ない材料・部品・製品を優先的に調達・購入するグリーン調達に取り組んでいます。
グリーン調達を実現するため、仕入先を適切に評価・選定することはもちろん、仕入先の管理体制の確認や運用支援なども行っています。

グリーン調達基準の周知・徹底

企業活動に必要な備品・事務用品は、より環境負荷の少ない物を8つの視点で判断して優先的に購入するとともに、生産委託品の原材料や部品・副資材に至る環境影響物質を調査し、適切に管理しています。

グリーン調達の8つの視点

1. 環境汚染物質などの削減
2. 省資源・省エネルギー
3. 天然資源の持続可能な利用
4. 長期使用性
5. 再使用可能性
6. リサイクル可能性
7. 再生材料などの利用
8. 処理・処分の容易性

グリーン調達説明会

キヤノンMJでは、キヤノングループで定めた「キヤノン グリーン調達基準書※」に基づき、仕入商品に対する有害化学物質の廃絶活動を行っています。その一環として、グリーン調達活動に関する仕入先への啓発と支援を目的とした「グリーン調達説明会」を開催しています。
また、サプライチェーンを含めた環境保全活動を徹底することを目的に、仕入先に対して製品化学物質管理体制に関する定期的な自己チェックをお願いしています。2011年に取引先評価の更新対象となった仕入先全社においても、製品化学物質管理体制が維持されていることを確認しました。

グリーン調達説明会

※ 取引基本契約書に基づき、キヤノンが地球環境保全活動の一環として行うグリーン調達活動におけるお取引先への要求事項を規定したもの。

株主・投資家とともに積極的なIR活動の推進

キヤノンマーケティングジャパン（以下、キヤノンMJ）は、株主・投資家の皆さまに企業価値を伝えるために、「IRポリシー」にのっとった積極的なIR活動を行っています。なかでも、皆さまのご意見に真摯に耳を傾け、IR活動に反映することを基本方針に据えています。

株主・投資家との対話

個人投資家向けの活動

キヤノンMJの事業戦略や直近の業績動向などを知っていただくために、個人投資家向け会社説明会の開催や、日経IRフェアなどのイベントへの出展を継続して行っています。
これらの活動は、単に「説明する」場としてではなく、皆さまと直接コミュニケーションをとることのできる貴重な機会と考え、いただいたご意見は、経営層にフィードバックしています。

個人投資家向け会社説明会

「日経IRフェア2011」出展ブースでの説明会

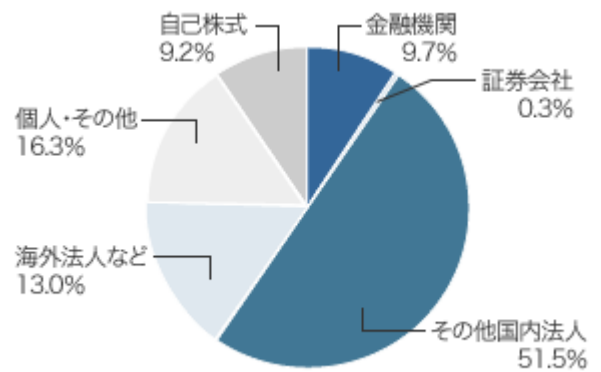
投資家・アナリスト向けの活動

国内では、証券アナリストや機関投資家向けの決算説明会を、四半期決算ごとに開催しています。説明会では、事業担当役員が出席し、質疑応答に応じています。
また、証券会社が日本国内で開催する海外投資家向けカンファレンスにも積極的に参加しています。

決算説明会

海外投資家向けカンファレンスへ参加した川崎社長

株主の構成

2011年12月末の時点で、キヤノンMJの株主構成比は、国内の金融機関が9.7%、証券会社が0.3%、その他国内法人が51.5%（キヤノン（株）含む）、海外法人などが13.0%、個人・その他が16.3%、自己株式が9.2%となっています。

株主構成比（株式数）

2011年度の主なIRイベント

イベント	実施回数／社数
決算説明会（機関投資家・アナリスト向け）	4回
長期経営構想・中期経営計画説明会（機関投資家・アナリスト向け）	1回
事業説明会（機関投資家・アナリスト向け）	2回
個別取材対応（機関投資家・アナリスト向け）	延べ約200社
証券会社主催カンファレンスへの参加（海外機関投資家向け）	2回
個人投資家向け説明会	1回
個人投資家向けイベントへの参加	2回

迅速な情報開示

ウェブサイトを通じた情報開示

キヤノンMJの「投資家向け情報」のウェブサイトでは、公開情報を開示時刻と同時刻に掲載し、迅速な情報開示に努めています。アナリスト・機関投資家向けの説明会の資料も、説明会終了後に会場での質疑応答を加えて掲載しています。
また、株主の皆さま向けの「報告書」（年2回）や「アニュアルレポート」（英語版、年1回）などに加え、株式情報や経営計画、財務データなどの各種資料、個人投資家向け会社説明会などのイベント報告も掲載しています。
さらに、ウェブサイト上には、皆さまからのご意見・ご要望をお受けする専用のフォーマットを用意し、双方向のコミュニケーションに取り組んでいます。

「投資家向け情報」のウェブサイト

メールマガジンの配信

キヤノンMJは、IR情報や最新のニュースリリース、セミナー情報、新製品情報などに関するメールマガジンを週1回配信しています。メールマガジンは、「投資家向け情報」のトップページから、登録することができます。

社内に向けて証券市場の声を伝える

キヤノンMJは、IR活動を通じて寄せられた皆さまのご意見・ご要望を、証券市場における自社への評価として、経営層や従業員が真摯に理解することが重要だと考えています。
経営会議では年2回、さまざまなIR活動の報告を行っているほか、キヤノンMJグループの全従業員に対しても、社内報などを通じて、証券市場における自社の評価を継続して伝えています。

株主・投資家とともに社外からの評価

キヤノンマーケティングジャパン（以下、キヤノンMJ）は、株主・投資家の皆さまの関心が高い情報を積極的に開示し、SRI評価機関などの調査にも積極的に対応しています。

SRIインデックスへの組み入れ状況

投資信託などの運用に際して、企業の財務状況だけでなく、社会や環境などへの対応も評価基準とする「SRI（Socially Responsible Investment）：社会的責任投資」が注目されています。
キヤノンMJも、CSRへの取り組みがSRI評価機関より評価を受け、以下のインデックスに継続して組み入れられています。

FTSE4Good Index

FTSE4Good Indexは、フィナンシャル・タイムズ紙およびロンドン証券取引所の保有する合資会社であるFTSE社（英国）が、世界23ヵ国の約2,400社の上場企業を組み入れ対象企業とし、環境・社会に関する国際基準に達した企業銘柄を選定したグローバルな責任投資指数です。対象企業は独立した調査機関により調査され、独立したFTSE4Good Policy Committeeによって最終的な組み入れ銘柄の選定が行われています。現時点では全世界で800社超の企業が選定されています。

モーニングスター社会的責任投資株価指数

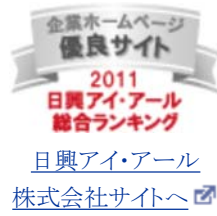
「モーニングスター社会的責任投資株価指数」は、モーニングスター株式会社（日本）が国内上場企業の中から「社会性に優れた企業」と評価する150社を選定し、その株価を指数化した国内初の社会的責任投資株価指数です。

※「モーニングスター社会的責任投資株価指数」は、それを構成する銘柄を含めて、将来のパフォーマンスを保証するものではありません。また、モーニングスター株式会社が信頼できると判断したデータにより指数の算出・管理を行っておりますが、その正確性、完全性などについて保証するものではありません。前記事項を制限することなく、たとえ直接的損害、間接的損害、特別損害、懲罰的損害、拡大的損害その他あらゆる損害（逸失利益を含む）ついて通知されたとしても、モーニングスター株式会社では、このような損害賠償については、いかなる責任も負いません。著作権などの知的所有権その他一切の権利はモーニングスター株式会社並びにMorningstar, Inc.に帰属し、許可なく複製、転載、引用することを禁じます。

IRサイトの外部評価

キヤノンMJでは、わかりやすいIRサイトの制作に努めた結果、2011年は、以下の外部評価を得ました。
今後も投資家の皆さまにキヤノンMJへの理解をよりいっそう深めていただくために、さらなる充実に取り組んでいきます。

- 「Gomez IRサイト総合ランキング 2011」で「優秀企業：銅賞」を受賞
- 日興アイ・アール株式会社の「2011年度 全上場企業 ホームページ充実度ランキング」で「総合ランキング 優良サイト」を受賞
- 大和インベスター・リレーションズ株式会社の「2011年インターネットIR・ベスト企業賞」で「2011年インターネットIR・優良企業賞」を受賞

Gomez IRサイト
総合ランキングへ

日興アイ・アール
株式会社サイトへ

大和インベスター・リレーションズ
株式会社サイトへ

Canon

従業員とともに従業員に関する方針

キヤノンマーケティングジャパングループの従業員は、キヤノンの5つの行動指針に則って日々の業務を遂行することで、従業員一人ひとりが仕事にやりがいを感じ、健康で豊かな生活を送ることを目指しています。

キヤノン行動指針

キヤノンには創業当時より、「従業員が生涯を豊かに、幸せに」という経営哲学があります。
この創業時の経営理念は、「三自の精神」「実力主義」「国際人主義」「新家族主義」「健康第一主義」という人間尊重主義を基本概念とした5つの行動指針となって今日まで受け継がれており、従業員一人ひとりがいきいきと誇りを持って仕事に取り組む企業風土の醸成を図っています。

行動指針

三自の精神
自発・自治・自覚の三自の精神をもって進む

実力主義
常に、行動力(V)専門性(S)創造力(O)個性(P) ※ を追求する

国際人主義
異文化を理解し、誠実かつ行動的な国際人をめざす

新家族主義
互いに信頼と理解を深め、和の精神をつらぬく

健康第一主義
健康と明朗をモットーとし、人格の涵養につとめる

※ 行動力(V:バイタリティ)、専門性(S:スペシャリティ)、創造力(O:オリジナリティ)、個性(P:パーソナリティ)

従業員とともに人権の尊重と多様な人材の活躍

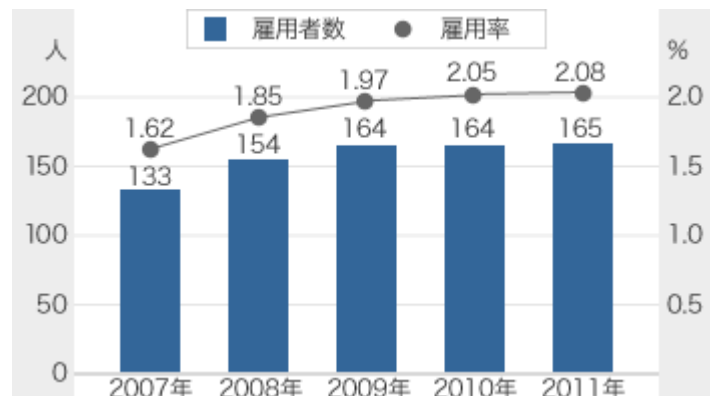
キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、従業員の不当な差別やハラスメントの防止に努め、多様な人材がいきいきと活躍できる企業風土を醸成しています。

不当な差別の防止

キヤノングループでは、役員・従業員一人ひとりが、お互いに人格、個性を尊重するとともに、人種、宗教、国籍、性別、年齢などを理由とした不当な差別をしないことを「キヤノングループ行動規範」に明記し、周知徹底を図っています。
さらに、キヤノンMJグループでは、全従業員に送信されるメールマガジン「今週のコンプライアンス」や職場単位で実施される「コンプライアンス・ミーティング」において、差別について取り上げることで、役員・従業員の意識啓発を行っています。

ハラスメントへの対策

セクシュアルハラスメント、パワーハラスメントなどのトラブルを未然に防止するために、さまざまな意識啓発活動を行っています。
新入社員研修や新任管理職研修では、ハラスメントについての研修メニューを用意しているほか、「コンプライアンス・ミーティング」においても、ハラスメントを身近な問題としてとらえ、職場単位で話し合いを行っています。
また、従業員がハラスメントについて安心して相談ができるよう、面談形式だけでなく、メールや電話による専用窓口も設けています。

障がい者雇用の取り組み

障がい者雇用状況の推移

キヤノンMJグループでは、障がい者雇用を積極的に推進するとともに、障がいの有無にかかわらず働くことができる職場環境の整備に努めています。
キヤノンMJの障がい者雇用率は、2007年に1.62％だったものが、2011年6月現在、2.08％と向上しています。
今後も新卒・中途採用とともに、障がい者の積極的な採用活動をグループ一体となって展開する予定です。

	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
雇用者数（人）	133	154	164	164	165
雇用率（%）	1.62	1.85	1.97	2.05	2.08

※ 雇用者数、雇用率は、厚生労働大臣に提出している数値です。

仕事と育児・介護の両立

キヤノンMJでは、従業員が仕事と育児・介護の両立を図り、いきいきと働くことのできる環境づくりを目的として、本人のキャリアプランや生活環境に合わせた働き方をサポートするさまざまな制度を導入しています。2008年1月には、子育て支援企業とし

て、東京労働局長より「事業適合一般事業主」の認定(認定マーク:くるみん)を取得。さらに、育児休業者向けのポータルサイト「ひまわりCLUB」をオープンし、職場復帰を支援するメニューやキヤノンMJグループのニュースなどを閲覧できるようにしました。

くるみんマークを取得

育児休業者向けのポータルサイト「ひまわりCLUB」

育児・介護関連制度

- 産前・産後休暇
  産前は出産日前の6週間、産後については8週間取得可能。
- マタニティー休業制度・短時間勤務制度
  妊娠判明期から産前休暇の前日まで休業取得や時間短縮勤務が可能。
- 育児休業制度
  対象となる子供が満3歳になる前日まで取得可能。
- 育児短時間勤務制度
  対象となる子供が小学3年生修了時まで勤務時間を短縮可能。
- 介護休業制度
  対象となる家族1人につき、最初の休業日から最大1年間取得可能。

キヤノンMJグループ従業員情報(2011年12月末時点)

1. 従業員構成(人)

	グループ	単体
男性	15,772	4,547
女性	3,089	697
合計	18,861	5,244

2. 管理職構成(人)

	グループ	単体
男性	3,794	1,184
女性	67	8
合計	3,861	1,192

3. 有給休暇取得率(%)

	単体
取得率	71.6

4. 育児・介護休業取得者(人)

	グループ	単体

	グループ	単体
育児	111(6)	50(4)
介護	4	1

※ ()内は、男性の育児休業取得者数

5. 定年退職者数／再雇用従事者数(人)

	グループ	単体
定年退職	190	100
再雇用	131	69

6. 平均年齢(歳) 単体

	単体
年齢	43.9

7. 平均勤続年数(年) 単体

	単体
勤続年数	20.2

Canon

従業員とともに仕事にやりがいを感じる環境づくり

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）では、年齢や性別に関係なく、重要な仕事、責任ある仕事につき努力した人を公平・公正に評価する「実力主義」の文化が根づいています。
この「実力主義」をベースとして、従業員がチャレンジ精神と自己啓発の姿勢を基本に日々向上心を持って切磋琢磨していくことで、自らの成長と会社の発展に結び付けていけるような環境を整えています。

賃金制度・評価制度

キヤノンMJグループは、仕事の役割と成果に応じて報酬を決定する「役割給制度」を導入しています。個々の担っている仕事の難易度に基づいた役割の大きさ（役割など級）によって、給与を決定しています。
また賞与についても、個人や会社の業績に連動する制度を採用。賃金制度を運用面で支える評価制度では、評価の分布を従業員に開示し、最終評価を明確にすることで、制度の透明性と従業員一人ひとりのモチベーション向上を図っています。
さらに、上司と部下の年2回の面接を実施しているほか、日頃から相互コミュニケーションを促進し、従業員の納得性を高めています。

研修メニューの充実

キヤノンMJグループでは、三自の精神に基づき、将来のリーダー育成のために、階層別研修を実施しています。
特に、新入社員・入社2年目社員・新任ライン管理職を対象とした各研修では、「CSR関連教育」を組み込んでいます。
また、各分野のプロフェッショナルを育成するために、グループ全従業員を対象としたビジネススキル研修や、職務系統別研修も実施しており、グループ共通の研修システムからオンラインで申し込みできるしくみを整えています。
さらに、勤務地や業務を問わず受講できる通信教育講座（2011年は287講座）のメニューを拡充し、従業員の自己啓発を支援しています。

若手従業員の自己啓発プログラム「キヤノンMJグループ ビジネスアカデミー」

若手従業員を対象とした自己啓発プログラムとして、2008年2月から「キヤノンMJグループ ビジネスアカデミー」を開催しています。
このプログラムでは、自発の精神に基づいた若手従業員の積極的なチャレンジ精神と自己啓発を育む複数の講座を用意し、参加者の自主性を重んじて、終業後や休日に実施しています。また、ビデオ会議システムにも対応した講座も導入し、勤務地にかかわらず公平に学べる環境を整備しています。
2011年からは新たに、グローバルな視野を養う講座や英語力を高める講座を追加し、参加人数は延べ372名に上りました。

キヤノンMJグループ ビジネスアカデミー

キャリア開発の支援「ビジネスパワーアップ・プログラム」：キヤノンビジネスサポート

キヤノンビジネスサポートは、2010年1月より従業員のキャリア開発をサポートする「ビジネスパワーアップ・プログラム」をスタートしました。このプログラムは、従業員が自らのライフキャリアをデザインし、いきいきと仕事ができる環境を職場の中につくり出していくのが目的です。対象となった従業員は、職場の上司とともに、セミナーを受講するほか、個別面談によるカウンセリングやコーチングを受けます。
また、社内を知り尽くした従業員が講師またはサポート役となってセミナーを内製化し、従業員のキャリア開発を支援しています。

経営層と従業員のコミュニケーション

キヤノンMJグループでは、従業員と経営層とのコミュニケーションの場を設け、個人と組織の活性化を目指しています。
2009年下期より、経営層が全国のさまざまな部門や拠点を訪問し、小規模人数でフランクな意見交換を行う「現場deトーク」を実施。月に約3回、各回約15名の従業員が参加しています。2011年からは、「中長期の経営方針実現に向けて部門で取り組

むべきこと」、「部門における課題とその解決策」について開催部門ごとにテーマを設定し、意見交換を行っています。
参加者からは「現場での課題について経営者視点での考えを聞くことができて有意義だった」「経営トップが自部門の業務や課題を理解してくれていることが励みになった」「進むべき方向性が確認できモチベーションが向上した」「新たな気づきが得られた」などの声が多く寄せられています。

「現場deトーク」に参加した経営層と従業員の様子

労使関係の発展

キヤノンMJグループでは、労働組合が組織されている企業についてはユニオンショップ制※を採用しています。キヤノンMJで毎月開催される「中央労使協議会」では、労使のトップがさまざまなテーマについての意見・情報交換を行います。
また各地域においても、地域責任者と労働組合による労使協議会や労使懇談会などの話し合いの場が持たれています。
賃金や労働時間、安全衛生に関しては各種委員会を設置し、事前協議を基本として各種制度の新設・変更を行っています。

※ ユニオンショップ制：雇用された労働者は一定期間内に労働組合員にならなければならないとする制度。

Canon

従業員とともに働きやすく快適な職場環境の整備

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、安全で快適に働き続けられる職場環境を整備するために、事業所における労働安全衛生に取り組むとともに、従業員の健康管理などに注力しています。

安全衛生・健康管理の考え方

キヤノンMJグループは、従業員が快適に働ける職場環境の整備を行うために、「Human Security（人の安全）」「健康で働けることは幸せ」をキーワードとし、「Broken Windows Theory（破れ窓理論）※」に基づいた安全衛生活動を積極的に取り組んでいます。

※ Broken Windows Theory（破れ窓理論）：アメリカで考案された環境犯罪学上の理論で、軽微な犯罪を徹底的に取り締まることで凶悪犯罪を含めた犯罪を抑止できるという理論。「建物の窓が壊れているのを放置すれば他の窓もまもなくすべて壊されるだろう」との考え方からこの名がある。「割れ窓理論」、「壊れ窓理論」ともいう。

キヤノンMJグループ 安全衛生活動方針

キヤノンMJグループ統一の安全衛生管理規程を定め、さらにグループ全体で具体的な活動を展開していくために安全衛生活動方針を毎年策定し、各社・各地域に委員会活動を積極的に展開しています。

- 労働災害撲滅への取り組み
- 「やさしい運転」の徹底による交通事故・違反撲滅への取り組み
- 5S活動の強化
- 災害対応力の強化
- 法定健康診断と事後措置の徹底
- がん検診受診の習慣化
- 睡眠・栄養・運動をキーにした自己健康管理力のベースアップを図る取り組み
- 喫煙率削減の取り組み
- フィジカルおよびメンタルヘルスの傷病者・休業者対応の充実
- 予防と安全を第一とする総合的な感染症対策（強毒性インフルエンザなど）
- 医療費削減を目的としたジェネリック医薬品の利用促進

グループ内での安全衛生基準を統一

キヤノンMJグループでは労災の発生を未然に防止するために、これまでに起きた労災や作業環境、実態に照らし合わせて関係部門と議論・検討し、グループ統一の安全衛生基準10種類（5S基準、重量物安全取扱基準、化学物質管理手順など）を策定してきました。グループ各社の安全衛生・健康管理への取り組みを統一し、これからもグループ一体となった活動を推進していきます。

地域・職場単位での安全衛生活動

キヤノンMJグループ安全衛生活動方針のもと、安全衛生活動をグループ各社・各地区・各職場単位で組織的に展開しています。各社・各地区に安全衛生委員会を設置するだけでなく、その下部組織として日常の職場における活動を推進する職場安全衛生委員会を設け、従業員一人ひとりが積極的に安全衛生活動に取り組んでいます。

「5S」活動の取り組み

毎日が安心・安全・快適な職場環境で仕事ができることを目的として、安全衛生の基本である5S（整理・整頓・清潔・清掃・しつけ）活動にグループ全体で取り組んでいます。良好な5S状態を維持するために課題箇所の迅速な改善活動を実施し、加えて4月・8月・12月の年3回をグループ統一の5S強化月間として定め、地域・職場ごとに課題と目標を掲げて取り組んでいます。

デスクまわりの5Sの徹底

従業員の健康管理

「健康で働けることは幸せ」をキーワードに、自己の健康管理に対する支援と健康に配慮した職場環境づくりに取り組んでいます。

各種健康診断の実施

キヤノンMJでは、全従業員が定期健康診断を毎年受診し、精密検査や受診が必要な方には保健師によるフォローや産業医面談などのサポートがあります。また、がんの早期発見のために、30歳以上の従業員にはキヤノン健保によるがん検診補助制度を設けており、受診の習慣化に向けて全社的に啓発活動を展開しています。

自己健康管理のベースアップを図る取り組み

生活習慣病予防改善のための各種プログラム、禁煙や睡眠、食事改善のための啓発なども実施しており、キヤノンMJ全従業員とその家族向けの自己健康管理読本「健康処方箋」(43頁)の発行など、自己健康管理のベースアップを図る取り組みも行っています。さらに、入社1年目、2年目の全従業員に対して健康自己管理研修を行うなど、若い年代からの健康管理に力を入れています。また、健康相談については、全国5ヵ所にある健康支援室の各産業医と保健師による個人面談、電話・メール相談、出張相談などさまざまなサポート体制があります。

メンタルヘルスケアの体制整備

メンタルヘルスの維持・増進のために、社内にメンタル専門医を配置するとともに、外部にEAP機関※(キヤノン健保契約「こころとからだの健康相談」)を設置しています。
日常のメンタル健康相談については、健康支援室が、個人面談、電話・メール相談、出張相談、同行受診などのメニューをそろえ、きめ細かく丁寧に対応しています。
また、長期療養からのスムーズな職場復帰をサポートする「職場復帰支援プログラム」も整備しています。
さらに、職場単位でのメンタルヘルス維持のために、新任課長・課長代理を対象に研修を実施しています。

※ EAP機関:EAP(Employee Assistance Program)とは、職場のメンタルヘルスサービスなどを行う従業員援助プログラム。企業が自社内部で設置する場合と、外部のEAP会社に委託する場合とがある。

強毒性新型インフルエンザ対策

キヤノンMJグループでは、強毒性インフルエンザをはじめ、感染症の予防と拡大防止は、「企業が果たすべき社会的責任の一つ」と認識し、積極的な対策を行っています。
グループ全従業員に「強毒性インフルエンザ対策読本」を配布し、感染防止を目的とした啓発活動と感染者発生を想定した実践的な訓練を実施しています。

救命救急体制の推進と災害対応力の強化

緊急に救命すべき事態が発生した場合に備え、救命講習会の定期開催・AED(自動体外式除細動器)の設置などの体制整備を進めています。また震災対策として、実践的な防災訓練の実施や防災備蓄品の整備にも取り組んでいます。

- 従業員50名以上の事業所にAED（自動体外式除細動器）を設置
  2012年2月現在、キヤノンMJグループの24事業所に合計32台を設置
- 社内救命講習会を通じた救命対応の体制づくり
  社内救命講習会の実施（全国9地区で年1回以上）
  AED設置事業所に緊急救命対応フロー図を掲示
- 全国5ヵ所の健康支援室の保健師・産業医による救命体制を整備
- 防災救護備蓄品の整備と震災時の救急体制づくりの推進

キヤノン S タワー（品川）で行われた救命講習会

安全運転への取り組み

全国に約4,400台（2011年12月末現在）の四輪車を保有するキヤノンMJグループでは、「やさしい運転」をキーワードとして、プライベートも含めた事故・違反の撲滅とともに、地域社会の見本となるような安全運転を目指しています。
毎年、春と秋の年2回行う「交通安全キャンペーン」には、啓発ポスターを事業所内に掲示したり、社内イントラを通じて事故・違反事例を紹介するなど、事故・違反の撲滅活動を推進しています。
また、社会問題にもなっている飲酒・酒気帯び運転を防止するため、社有車の利用者には、運転前に「アルコール検査」を義務づけ、二日酔い状態における無意識の酒気帯び運転の防止を徹底しています。

「やさしい運転」の啓発ポスター（2011年度秋版）

「エコ安全ドライブ」の推進 ： キヤノンS&S

全国に約3,100台（2011年12月末現在）の車両を保有するキヤノンシステムアンドサポート（以下、キヤノンS&S）では、従業員一人ひとりが交通安全に対する関心を高め、安全な街づくりに貢献することを目的に、毎年、春と秋に行われる「全国交通安全運動」に積極的に参加しています。2011年は、従業員が駅前や主要な交差点で、横断歩道での誘導や飲酒運転防止の呼び掛けなどを行いました。
こうした取り組みが認められ、事業所や従業員個人に対して、全国の複数の警察署から表彰を受けました。今後もキヤノンS&Sは、地域の安全に貢献できるよう継続して取り組んでいきます。

街中で「飲酒運転の防止」を訴える従業員

車両の運行状況を管理する「テレマティクスシステム」

キヤノンMJでは、2009年2月より「テレマティクスシステム」を導入しました。テレマティクスシステムとは、通信機能とGPS機能のついた機器を社有車に搭載し、車両ごとの運行情報を取得するASPサービスです。
このシステムにより、運行状況が「見える化」されるため、車両の効率的な運用が可能となり、導入開始から2011年末までに230台以上の車両を削減することができました。
また、速度超過や急加速・急減速といった運転情報がリアルタイムで車両管理者に配信されるため、事実に基づいた安全運転の指導が可能となります。運転者自身も急加速・急減速をしない「やさしい運転」や「エコドライブ」を自発的に心掛けるようになった結果、事故・違反件数の削減に加えて、燃料消費量の削減にも寄与しました。

Canon

CSRコミュニケーション

キヤノンマーケティングジャパングループ(以下、キヤノンMJグループ)は、さまざまなステークホルダーとの相互理解を深めるとともにその要請や期待を企業活動・CSR活動の意思決定に活かしていくために、継続的なコミュニケーションの強化に取り組んでいます。

主な取り組み

ステークホルダー	活動概要	関連ページ
お客さま	ご意見・ご要望の収集 お客さまと接する営業やカスタマーエンジニアをはじめとする担当者が定期的な訪問やお電話でいただいたご意見・ご要望をデータベースに記録し、営業部門や企画部門、サービス部門などへフィードバック。迅速な対応を図るとともに製品・サービスの改善に活かしています。	• お客さまの声を活かすしくみ • お客さまサポートの充実 • お客さまのCSR活動を支援
	リレーションシップ・マーケティング お客さま企業への当社の役員や役職者が定期的に訪問することにより、相互の信頼を深めるとともに、そのご要望をいち早く製品やサービス、ソリューションに反映させています。	
	顧客満足度調査 製品をご利用いただいているお客さまに対して満足度調査を実施。製品の品質向上や、カスタマーエンジニアの応対力向上に役立てています。	
	お客様相談センター お客様相談センターに寄せられる情報を、キヤノンとキヤノンMJの関連部門が共有し、お客さまに満足していただける製品・サービスの提供に役立てています。	

ステークホルダー	活動概要	関連ページ
	ショールームや店頭での意見収集 ショールームや家電量販店の店頭で寄せられるご意見・ご要望を、定期的にキヤノンMJの販売・企画部門へフィードバックし、今後の製品・サービスの改善に活かしています。	
	プロ写真家の交流スペース「キヤノンサロン」 カメラ関連機材の試用貸出、製品セミナー開催、撮影写真のテストプリントなど、プロ写真家のデジタルフォト全般の活動を支援しています。	
	ソフトウェア開発者交流会 ソフトウェア開発担当者がお客さまのご意見、要望を直接お聞きすることに留まらず、お客さま同士で開発事例を中心とした情報交換・共有ができる場を提供しています。	
	無形資産活用セミナー キヤノンMJがCSRへの取り組みを通じて培ったナレッジ・ノウハウをセミナー形式で開示することで、お客さまのCSR活動を支援しています。	
	ウェブサイト「CSRナビ」での情報提供 より多くのお客さまへ、「お客さま企業のCSR活動の参考となる情報をお届けしたい」という想いから、キヤノンMJグループのCSR活動事例を、活用している製品・ソリューションの紹介とあわせてわかりやすく解説するウェブサイト「CSRナビ」を開設。サイトを通じて、お客さまに自身のCSR活動において強化すべき点や対策へのヒントなどを提案しています。	
ビジネスパートナー	ビジネスパートナー会 キヤノンMJの事業方針や施策を共有するとともに、一年間にわたるキヤノン製品の販売・サービスにかかわる取り組み成果を発表し、パートナーシップを強化するための会合。ビジネスパートナーの経営課題解決のヒントとなるような外部講師による特別講演も毎回行っています。	・CSR調達 ・グリーン調達
	お取引さまへのCSR調達の働きかけ お取引先さまに対して、「CSR調達ガイドライン」に沿ったヒアリングを行い、お取引さま毎に「弱み」「強み」を明確化して、「弱み」の改善を図っています。	
	グリーン調達の推進 より環境負荷の少ない材料・部品・製品を優先的に調達・購入するグリーン調達を推進。仕入先への啓発と支援を目的とした「グリーン調達説明会」も開催しています。	
株主・投資家	個人投資家向け会社説明会 個人投資家向け会社説明会や、IRイベントへの出展などを通じて、継続的な情報提供と意見収集を実施しています。	・積極的なIR活動の推進
	決算説明会とウェブサイトを通じた情報開示 四半期決算ごとの決算説明会とウェブサイトを通じて、株式情報や経営計画、財務データなどの情報を迅速に公開しています。	
従業員	経営層との意見交換 経営層が部門や拠点の訪問や、イントラネットを通じて、従業員との意見交換を実施。従業員のモチベーション向上や経営との一体感醸成に寄与しています。	・仕事にやりがいを感じる環境づくり ・コンプライアンス
	意識調査 グループの全従業員に対して、経営陣や上司のリーダーシップや、方針・目標などについて調査を行い、中期経営計画の策定などに役立てています。また、コンプライアンス意識レベルを定量的に把握し、改善につなげるための調査も実施し	

ステークホルダー	活動概要	関連ページ
	ています。	
NGO／NPO	環境保全活動での協働 国内15地域で、従業員や地域住民、NPOが一体となって自然再生活動に取り組むなど、地域と密着し、相互の信頼を深めています。	• 未来につなぐふるさとプロジェクト • みんなの笑顔プロジェクト • 人道・災害 • 社会福祉
	東日本大震災復興支援活動での協働 東日本大震災の被災地で支援活動を展開するNGO／NPOと協働し、復興支援プログラム「みんなの笑顔プロジェクト」を実施しています。	
	NGO／NPOとの意見交換会 東日本大震災の被災地で復旧・復興活動を行うNGO／NPOと従業員との意見交換会を行いました。	

Canon

CSR活動の報告について

キヤノンマーケティングジャパングループは、第三者の意見やGRIガイドラインを参考にしながら報告方針を定め、充実を図るとともに、皆さまにわかりやすい報告に努めています。

CSR報告に関する基本的な考え方

報告方針

ウェブサイト・PDFにおける報告方針や、対象範囲、参考ガイドラインなどを掲載しています。

CSR活動に関する外部の方のご意見

第三者コメント

立教大学 経営学部 教授のデイヴィス・スコット氏から第三者コメントをいただきました。

各種対照表

GRIガイドライン対照表

GRIガイドラインの指標とCSR報告書の対照表はこちらからご覧ください。

国連グローバル・コンパクト対照表

国連グローバル・コンパクトの10原則とCSR報告書の対照表はこちらからご覧ください。

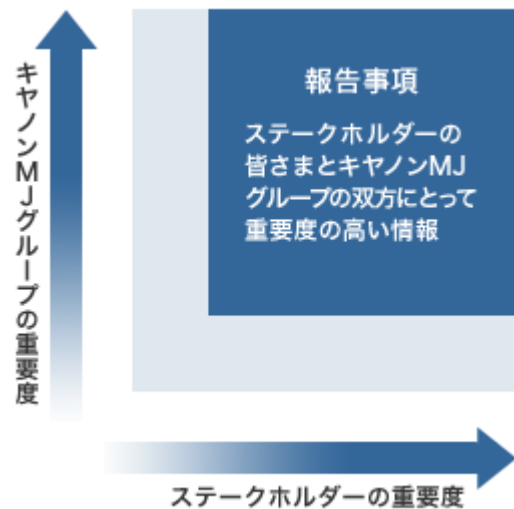
CSR活動の報告について報告方針

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、ウェブサイトとPDFそれぞれのツール特性を考慮した上で最適な報告方針を定め、より伝わりやすいCSR報告を目指しています。

報告方針

キヤノンMJグループでは、2007年からCSR報告書（冊子およびPDF）を発行し、ステークホルダーの皆さまへの情報開示を進めてきました。2010年より、環境に配慮し、冊子（紙媒体）としての発行からウェブサイトでの報告に切り替えました。

報告事項についての考え方

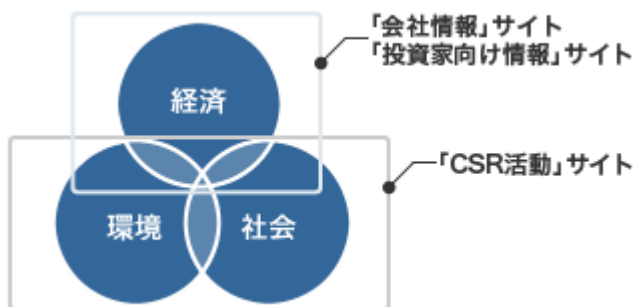
ステークホルダーの皆さまから寄せられるご意見や国連グローバル・コンパクト、ISO26000、日本経団連の企業行動憲章、さらには本報告書への第三者コメントを参考として、ステークホルダーの皆さまとキヤノンMJグループの双方にとって重要度の高い情報を掲載しています。

ウェブサイト・PDF（ダイジェスト）における報告範囲

ウェブサイトでは、幅広いステークホルダーからの開示期待に応えるために情報の網羅性と更新性の側面を重視し、またPDF（ダイジェスト）では当社のCSR活動の全体像をわかりやすくお伝えするために、より重要な取り組みや特徴的な取り組みを中心に編集しています。

「CSRサイトトップページ」

PDF（CSR報告書ダイジェスト版）表紙

なお、本報告書にはCSR活動における環境面・社会面の情報を中心に掲載しています。経済面の情報につきましては、ウェ

ブサイトの「会社情報」および「投資家向け情報」にて詳しく開示しておりますので、そちらをご参照ください。

報告対象期間

2011年1月～12月を基本とし、ウェブサイトでは、それ以降の情報に関してもステークホルダーの皆さまにとって重要と判断した情報については、適宜更新していきます。

前回の報告

2011年6月

報告サイクル

毎年1回

報告対象会社

キヤノンマーケティングジャパン株式会社およびキヤノンマーケティングジャパングループ会社

参考ガイドライン

GRIサステナビリティ レポーティング ガイド 第3版

情報開示における工夫

- 色覚の個人差に配慮したデザインを心掛けました。
- アクセシビリティー・ユーザビリティーの観点から、視力障がいを持つ方々が音声ブラウザーでサイトを判読しやすいように情報の配置を工夫するとともに、文字拡大と音声読み上げのしくみも取り入れました。

Canon

CSR活動の報告について第三者コメント

キヤノンマーケティングジャパングループ（以下、キヤノンMJグループ）は、自社のCSR活動に対し客観的な評価を得るために、立教大学 経営学部 教授 デイヴィス・スコット氏から第三者コメントをいただきました。

「キヤノンマーケティングジャパングループ CSR報告書2012」を読んで

キヤノンMJグループのCSR報告書2012は、企業が危機から何を学び、どのように社会への貢献を果たしたのかを示した大変優れたレポートです。多岐にわたるCSRへの取り組みを、包括的かつ詳細に報告することは、とても難しいことです。しかし、この報告書では、膨大な活動内容を取り上げながらも、それらに対して、どのような方針を掲げ、どのように計画し、そして実行していったのか、明確な説明が付された報告に仕上がっています。

立教大学 経営学部 教授 デイヴィス・スコット氏

トップメッセージ

川崎社長は、「Business with CSR」というフレーズを用い、CSRを実行する上で、社会的な幸福を実現させるための問題を解決する努力が、自分達の事業活動といかに重なっているのかを説明しています。まさに、このトップメッセージが今年度の報告書の方向性をうまく表していると思います。
しかし、実際に事業活動と社会的な幸福という2つの目標がうまく平行して達成されている結果を見ると、むしろ「Business as CSR」というフレーズを用いてもよいくらいかもしれません。

また、キヤノンMJグループのCSRについて、次の3つのコミットメントを宣言しています。

- 約束事を果たすべく、自社が持つ知識と活力を最大限に活かすことによって、お客さまとの間に信頼を築くこと。
- 国内外の取引先との関係において、客観性と透明性を保ち続けること。
- 提案する製品とサービスにより、事業の継続性、資源エネルギーの利用効率、そして災害に直面した際の復旧と復興を確実に後押しする統合ソリューションをお客さまに提供すること。

これら3つが、このCSR報告書を評価する際の基準になるでしょう。このレビューでは、目的の説明、その実現までの過程、そして「信頼」「透明性」「統合」の3つの観点を軸として、その達成度合いにより評価を行いました。

特集

キヤノンMJグループが、環境や社会、そしてビジネスを取り巻く現状や課題を幅広くとらえた上で、顧客価値を創造する知識と機器とサービスを統合したソリューションを生みだし、提供している優れた事例が紹介されています。これらは決して対応が容易な分野ではありませんが、自分達が持つノウハウを巧みに活用して、プロセスやシステムやマーケットを能動的に変化・発展させ、顧客や取引先の事業が円滑に進むように日々努力を続けています。
もし、この報告書に、今後達成しようとしている戦略的目標という観点から、CSR活動の全体的な方向性に関する説明が含まれていたら、さらに良いものとなったでしょう。方向性を打ち出すことによって、キヤノンMJグループ自身も各CSR活動に優先順位をつけることができ、それに応じた評価を行うことができるでしょう。また、キヤノンMJグループの事業におけるコンピテンシー、つまり各事例で述べられているソリューションへのニーズに応えるために行った能力の向上、および連携の施策に関する説明が加われば、報告書としての透明性のレベルはさらに高まることでしょう。

CSR行動計画
キヤノンMJグループが事業計画を策定するプロセスにおいて、広範囲にわたる社会や環境の問題をどの程度重視しているのか、という点が、包括的かつ明確に示されています。また、問題に対して、その範囲に留まらず、必要な時間軸をも明示しています。さらに特徴的な点として、お客さまがどのような目的を達成しようとしているのかを明確にし、それをサポートするために、非常に長期的な視点で見通しを立てている点にあります。
このセクションは、ビジネスから得る利益と、それに伴う責任を一体化する企業姿勢を示す中、その連携の度合いを確かめるプロセスに関する説明が加われば、より改善されるでしょう。
2011年の行動計画に示されている目標の達成状況についての報告は大変すばらしいものです。繰り返しになりますが、なぜ目標以上の成果が出たのか、あるいは達成できなかったのか、これらの経験から何を学んだのか、そして実際にその学びを通じて目標とその実現のためのプロセスをどのように修正し、あるいは新規に設定したのか、それらの達成レベルが体系的にわかるような説明が加えられると、このセクションも、またより改善されるでしょう。
キヤノンMJグループはPDCAサイクルの手法を広範囲に用いることによって、CSRの立案とマネジメントを体系化しています。このPDCAサイクルを、実際にどのようにして進めているのかについて具体的な事例説明が加えられると、他の企業にとってもこの報告書は役立つものになるでしょう。

東日本大震災への対応
従業員、お客さま、そしてキヤノンMJグループに関わるすべての人が、2011年3月11日の東日本大震災発生直後にキヤノンMJグループが迅速に対応し、それ以降も長期にわたって復興に貢献していることを誇りに思うでしょう。この震災に対する極めて広範囲におよぶ活動と取り組みを見れば、キヤノンMJグループの従業員一人ひとりがこれらの活動の計画と実践に大きく関わり、今もなお関わり続けていることがはっきりとわかります。

ガバナンス・コンプライアンス
非常によくデザインされており、現在行われている意識向上とダイアログ（コンプライアンス・ミーティング）の取り組みが紹介されています。このセクションは、ガバナンスに関する情報をもっと増やしたり、社外の人たちとのさまざまな対話から得られた意見やアドバイスをより詳細に説明すると、さらに良くなるでしょう。

結論

キヤノンMJグループのCSR活動には、下記の特徴があげられます。

1.組織力
非常に高いレベルにあり、CSR戦略を総合的かつ入念に計画し、必要性に基づいて進めている。

2.オープン性
取り組みに対する透明性や関連性が高まるように、さまざまな分野のステークホルダーから幅広い意見やアイデアを集めている。

3.ヒューマンスケール
CSR活動の対象となるステークホルダーが、子どもから大人まで、そして、株主や取引先、お客さまままで極めて多様である。

4.戦略性
多様なCSR活動やその進め方が、キヤノンMJグループの核となる事業活動と連携している。

日本におけるCSR活動として、キヤノンMJグループのように、組織化され、開放的で、ヒューマンスケールを持ち、しかも戦略的に取り組んでいるケースは、非常に稀なことです。今年度のCSRに関する取り組みの結果を単に報告書にまとめたというだけでなく、他の企業に対しても優れた事例を提供しているという点が、この報告書の大きな特徴と言えるでしょう。

第三者コメントを受けて

昨年に引き続き、デイヴィス・スコット教授に第三者コメントをいただきました。キヤノンMJグループに対する深い理解、そして示唆に富んだ助言に厚く御礼を申し上げます。
この1年の間、東日本大震災を経て、価値観の大きな転換が起こり、さまざまなステークホルダーからの要請や期待の変化を実感しました。その結果、経営トップは、キヤノンMJグループの「CSR経営」をさらに積極的に推進していくことを宣言しました。基本的なCSR活動を徹底した上で、事業を通じた社会課題の解決や社会の発展に資する新たな価値を提供することがサステナブルな社会づくりにつながると考え、その旗印として"Business with CSR"というコンセプトを推進していきます。第三者コメントでは、この考え方にご共感をいただき、意を強くしました。2011年新たに公表した26項目のCSR行動計画を例にとってみると、このようなトップ方針のもと、多くの項目は震災によってもたらされた危機的な状況に向き合うことで、停滞するよりは、むしろ計画の進捗速度を上げることができました。次年度の報告では、CSR活動の全体的な方向性、CSR行動計画やガバナンス・コンプライアンスなどの分野における、それぞれのご指摘・助言にお応えできるような活動に取り組み、レポートを充実させたいと思います。これからも地道に、着実な実績を蓄積できるよう活動してまいります。

キヤノンマーケティングジャパン株式会社
CSR推進本部 本部長
阪田 斉弘

CSR活動の報告についてGRIガイドライン対照表

1. 戦略および分析

指標		掲載箇所
1.1	組織にとっての持続可能性の適合性と、その戦略に関する組織の最高意思決定者（CEO、会長またはそれに相当する上級幹部）の声明	トップメッセージ
1.2	主要な影響、リスクおよび機会の説明	トップメッセージ IR資料

2. 組織のプロフィール

指標		掲載箇所
2.1	組織の名称	会社概要・役員データ
2.2	主要なブランド、製品および／またはサービス	事業内容
2.3	主要部署、事業会社、子会社および共同事業などの組織の経営構造	IR資料
2.4	組織の本社の所在地	会社概要・役員データ
2.5	組織が事業展開している国の数および大規模な事業展開を行っている、あるいは報告書中に掲載されているサステナビリティの課題に特に関連のある国名	会社概要・役員データ
2.6	所有形態の性質および法的形式	会社概要・役員データ
2.7	参入市場（地理的内訳、参入セクター、顧客／受益者の種類を含む）	私たちの役割
2.8	報告組織の規模 • 従業員数 • 純売上高（民間組織について）あるいは純収入（公的組織について） • 負債および株主資本に区分した総資本（民間組織について） • 提供する製品またはサービスの量	会社概要・役員データ IR資料
	推奨される追加情報 • 総資産 • 受益所有権（最大株主の身元、株式保有率など） • 以下に関して国／地域ごとの割合（総収入の5％以上を占める国／地域による売上／収入、総収入の5％以上を占める国／地域によるコスト、従業員）	IR資料
2.9	以下の項目を含む、規模、構造または所有形態に関して報告期間中に生じた大幅な変更 • 施設のオープン、閉鎖および拡張などを含む所在地または運営の変更 • 株式資本構造およびその資本形成における維持および変更業務（民間組織の場合）	IR資料
2.10	報告期間中の受賞歴	事業所での環境負荷低減 株主・投資家とともに 未来につなぐふるさとプロジェクト

3. 報告要素

指標	掲載箇所
報告書のプロフィール	

指標		掲載箇所
3.1	提供する情報の報告期間（会計年度／暦年など）	報告方針
3.2	前回の報告書発行日（該当する場合）	報告方針
3.3	報告サイクル（年次、半年ごとなど）	報告方針
3.4	報告書またはその内容に関する質問の窓口	お問い合せ
報告書のスコープおよびバウンダリー		
3.5	以下を含め、報告書の内容を確定するためのプロセス • 重要性の判断 • 報告書内のおよびテーマの優先順位付け • 組織が報告書の利用を期待するステークホルダーの特定	報告方針
3.6	報告書のバウンダリー（国、部署、子会社、リース施設、共同事業、サプライヤー（供給者）など）	報告方針
3.7	報告書のスコープまたはバウンダリーに関する具体的な制限事項を明記する	報告方針
3.8	共同事業、子会社、リース施設、アウトソーシングしている業務および時系列でのおよび／または報告組織間の比較可能性に大幅な影響を与える可能性があるその他の事業体に関する報告の理由	ー
3.9	報告書内での指標およびその他の情報を編集するために適用された推計の基となる前提条件および技法を含む、データ測定技法および計算の基盤	環境パフォーマンスデータ
3.10	以前の報告書で掲載済みである情報を再度記載することの効果の説明およびそのような再記述を行う理由（合併／買収、基本となる年／期間、事業の性質、測定の方法の変更など）	ー
3.11	報告書に適用されているスコープ、バウンダリーまたは測定方法における前回の報告期間からの大幅な変更	ー
GRI内容索引		
3.12	報告書内の標準開示の所在場所を示す表	本ページ
保証		
3.13	報告書の外部保証添付に関する方針および現在の実務慣行。サステナビリティ報告書に添付された保証報告書内に記載がない場合は、外部保証の範囲および基盤を説明する。また、報告組織と保証の提供者との関係を説明する	第三者コメント

4. ガバナンス、コミットメントおよび参画

指標		掲載箇所
ガバナンス		
4.1	戦略の設定または全組織的監督など、特別な業務を担当する最高統治機関の下にある委員会を含む統治構造（ガバナンスの構造）	コーポレートガバナンス
4.2	最高統治機関の長が執行役員を兼ねているかどうかを示す（兼ねている場合は、組織の経営におけるその役割と、このような人事になっている理由も示す）	コーポレートガバナンス
4.3	単一の理事会構造を有する組織の場合は、最高統治機関における社外メンバーおよび／または非執行メンバーの人数を明記する	コーポレートガバナンス
4.4	株主および従業員が最高統治機関に対して提案または指示を提供するためのメカニズム	コーポレートガバナンス

指標		掲載箇所
4.5	最高統治機関メンバー、上級管理職および執行役についての報酬(退任の取り決めを含む)と組織のパフォーマンス(社会的および環境的パフォーマンスを含む)との関係	コーポレートガバナンス IR資料
4.6	最高統治機関が利害相反問題の回避を確保するために実施されているプロセス	コーポレートガバナンス
4.7	経済的、環境的、社会的テーマに関する組織の戦略を導くための、最高統治機関のメンバーの適性および専門性を決定するためのプロセス	コーポレートガバナンス CSR活動方針と推進体制 CSR行動計画
4.8	経済的、環境的、社会的パフォーマンス、さらにその実践状況に関して、組織内で開発したミッション(使命)およびバリュー(価値)についての声明、行動規範および原則	トップメッセージ CSRの考え方 CSR活動方針と推進体制 CSR行動計画
4.9	組織が経済的、環境的、社会的パフォーマンスを特定し、マネジメントしていることを最高統治機関が監督するためのプロセス。関連のあるリスクと機会および国際的に合意された基準、行動規範および原則への支持または遵守を含む	トップメッセージ CSRの考え方 CSR活動方針と推進体制 CSR行動計画
4.10	最高統治機関のパフォーマンスを、特に経済的、環境的、社会的パフォーマンスという観点で評価するためのプロセス	コーポレートガバナンス CSR活動方針と推進体制 CSR行動計画
外部のイニシアティブへのコミットメント		
4.11	組織が予防的アプローチまたは原則に取り組んでいるかどうか、およびその方法はどのようなものかについての説明	コンプライアンス リスクマネジメント
4.12	外部で開発された、経済的、環境的、社会的憲章、原則あるいは組織が同意または受諾するその他のイニシアティブ	CSRの考え方
4.13	組織が以下の項目に該当するような、(企業団体などの)団体および/または国内外の提言機関における会員資格 • 統治機関内に役職を持っている • プロジェクトまたは委員会に参加している • 通常の会員資格の義務を越える実質的な資金提供を行っている • 会員資格を戦略的なものとして捉えている	積極的な情報開示と社会への貢献
ステークホルダー参画		
4.14	組織に参画したステークホルダー・グループのリスト	CSRコミュニケーション 未来につなぐふるさとプロジェクト
4.15	参画してもらうステークホルダーの特定および選定の基準	CSRコミュニケーション
4.16	種類ごとのおよびステークホルダー・グループごとの参画の頻度など、ステークホルダー参画へのアプローチ	CSRコミュニケーション 未来につなぐふるさとプロジェクト
4.17	その報告を通じた場合も含め、ステークホルダー参画を通じて浮かび上がった主要なテーマおよび懸案事項と、それらに対して組織がどのように対応したか	CSRコミュニケーション CSR行動計画

5. マネジメント・アプローチおよびパフォーマンス指標

経済

指標	掲載箇所
マネジメント・アプローチに関する開示	

指標			掲載箇所
		下記の経済の側面を参照にして、マネジメント・アプローチ項目に関する簡潔な開示を提供する • 経済的パフォーマンス • 市場での存在感 • 間接的な経済的影響	投資家向け情報
目標とパフォーマンス			
		経済的側面に関連するパフォーマンスに関する組織全体の目標	キヤノンマーケティングジャパングループ長期経営構想フェーズII(2011年～2015年) キヤノンマーケティングジャパングループ中期経営計画
方針			
		上述の経済側面に関する組織の全体的なコミットメントを明示する組織全体の方針(または複数の方針)を簡潔に記載する、あるいはこれらが公表されている場所(Webのリンクなど)を記載する	キヤノンマーケティングジャパングループ長期経営構想フェーズII(2011年～2015年) キヤノンマーケティングジャパングループ中期経営計画
追加の背景状況情報			
		組織のパフォーマンスを理解するために必要な、以下のような追加の関連情報 • 主な成功事例と欠点 • 組織の主要なリスクと機会 • パフォーマンスの改善のため、報告期間内でのシステムまたは構造の大きな変更 • 方針の実践またはパフォーマンスの達成のための主要な戦略	IR資料
経済パフォーマンス指標			
側面:経済的パフォーマンス			
中核	EC1.	収入、事業コスト、従業員の給与、寄付およびその他のコミュニティへの投資、内部留保および資本提供者や政府に対する支払いなど、創出および分配した直接的な経済的価値	IR資料
中核	EC2.	気候変動による組織の活動に対する財務上の影響およびその他のリスクと機会	–
中核	EC3.	確定給付型年金制度の組織負担の範囲	–
中核	EC4.	政府から受けた相当の財務的支援	–
側面:市場での存在感			
追加	EC5.	主要事業拠点について、現地の最低賃金と比較した標準的新入社員賃金の比率の幅	–
中核	EC6.	主要事業拠点での地元のサプライヤー(供給者)についての方針、業務慣行および支出の割合	CSR調達 グリーン調達
中核	EC7.	現地採用の手順、主要事業拠点での現地のコミュニティから上級管理職となった従業員の割合	–
側面:間接的な経済影響			

指標			掲載箇所
中核	EC8.	商業活動、現物支給、または無料奉仕を通じて、主に公共の利益のために提供されるインフラ投資およびサービスの展開図と影響	社会貢献活動
追加	EC9.	影響の程度など、著しい間接的な経済的影響の把握と記述	—

環境

指標			掲載箇所
マネジメント・アプローチに関する開示			
		下記の環境側面を参照にして、マネジメント・アプローチ項目に関する簡潔な開示を提供する • 原材料 • エネルギー • 水 • 生物多様性 • 排出物、廃水および廃棄物 • 製品およびサービス • コンプライアンス • 輸送 • 全般	環境経営の考え方
目標とパフォーマンス			
		環境的側面に関連するパフォーマンスに関する組織全体の目標	CSR行動計画 環境経営の考え方 環境マネジメント
方針			
		上述の環境側面に関する組織の全体的なコミットメントを明示する組織全体の方針（または複数の方針）を簡潔に記載するあるいは、これらが公表されている場所（Webのリンクなど）を記載する	CSR行動計画 キヤノンマーケティングジャパングループ環境方針 環境経営の考え方
組織の責任			
		環境的側面の経営責任を持つ最上位の役職、あるいは、これらの側面に関して、上級のレベルでの経営責任がどのように分担されているかを説明する	CSR活動方針と推進体制
研修および意識向上			
		環境側面に関連した研修および意識向上に関する手順	環境人材の育成
監視およびフォローアップ			
		サプライチェーンに関連するものも含めた、監視、是正および予防措置に関する手順	環境マネジメント CSR調達 グリーン調達
追加の背景状況情報			
		組織のパフォーマンスを理解するために必要な、以下のような追加の関連情報 • 主な成功事例と欠点 • 課題に関連する組織の主要なリスクと機会 • パフォーマンス改善のため、報告期間内でのシステムまたは構造	—

指標			掲載箇所
		の大きな変更 • 方針の実践または目標達成のための主要な戦略および手順	
環境パフォーマンス指標			
原材料			
中核	EN1.	使用原材料の重量または量	–
中核	EN2.	リサイクル由来の使用原材料の割合	環境パフォーマンスデータ
エネルギー			
中核	EN3.	一次エネルギー源ごとの直接的エネルギー消費量	–
中核	EN4.	一次エネルギー源ごとの間接的エネルギー消費量	–
追加	EN5.	省エネルギーおよび効率改善によって節約されたエネルギー量	事業所での環境負荷低減 「全国総務大賞」で表彰
追加	EN6.	エネルギー効率の高いあるいは再生可能エネルギーに基づく製品およびサービスを提供するための率先取り組み、およびこれらの率先取り組みの成果としてのエネルギー必要量の削減量	事業所での環境負荷低減 お客さま先での環境負荷低減 環境パフォーマンスデータ
追加	EN7.	間接的エネルギー消費量削減のための率先取り組みと達成された削減量	事業所での環境負荷低減 お客さま先での環境負荷低減 環境パフォーマンスデータ
水			
中核	EN8.	水源からの総取水量	–
追加	EN9.	取水によって著しい影響を受ける水源	–
追加	EN10.	水のリサイクルおよび再利用が総使用水量に占める割合	–
生物多様性			
中核	EN11.	保護地域内あるいはそれに隣接した場所および保護地域外で、生物多様性の価値が高い地域に所有、賃借、または管理している土地の所在地および面積	–
中核	EN12.	保護地域および保護地域外で、生物多様性の価値が高い地域での生物多様性に対する活動、製品およびサービスの著しい影響の説明	未来につなぐふるさとプロジェクト
追加	EN13.	保護または復元されている生息地	未来につなぐふるさとプロジェクト
追加	EN14.	生物多様性への影響をマネジメントするための戦略、現在の措置および今後の計画	環境経営の考え方 未来につなぐふるさとプロジェクト
追加	EN15.	事業によって影響を受ける地区内の生息地域に生息するIUCN(国際自然保護連合)のレッドリスト種(絶滅危惧種)および国の絶滅危惧種リストの数。絶滅危険性のレベルごとに分類する	–
側面:排出物、廃水および廃棄物			
中核	EN16.	重量で表記する直接および間接的な温室効果ガスの総排出量	事業所での環境負荷低減 環境パフォーマンスデータ
中核	EN17.	重量で表記するその他の関連ある間接的な温室効果ガス排出量	事業所での環境負荷低減 環境パフォーマンスデータ
追加	EN18.	温室効果ガス排出量削減のための率先取り組みと達成された削減量	お客さま先での環境負荷低減 事業所での環境負荷低減

指標			掲載箇所
			環境パフォーマンスデータ
中核	EN19.	重量で表記するオゾン層破壊物質の排出量	環境パフォーマンスデータ
中核	EN20.	種類別および重量で表記するNOx、SOxおよびその他の著しい影響を及ぼす排気物質	–
中核	EN21.	水質および放出先ごとの総排水量	–
中核	EN22.	種類および廃棄方法ごとの廃棄物の総重量	–
中核	EN23.	著しい影響を及ぼす漏出の総件数および漏出量	–
追加	EN24.	バーゼル条約付属文書 I、II、IIIおよびVIIIの下で有害とされる廃棄物の輸送、輸入、輸出あるいは処理の重量、および国際輸送された廃棄物の割合	–
追加	EN25.	報告組織の排水および流出液により著しい影響を受ける水界の場所、それに関連する生息地の規模、保護状況、および生物多様性の価値を特定する	–
製品およびサービス			
中核	EN26.	製品およびサービスの環境影響を緩和する率先取り組みと影響削減の程度	事業所での環境負荷低減 お客さま先での環境負荷低減 環境パフォーマンスデータ
中核	EN27.	カテゴリー別の再生利用される販売製品およびその梱包材の割合	お客さま先での環境負荷低減 環境パフォーマンスデータ
遵守			
中核	EN28.	環境規制への違反に対する相当な罰金の金額および罰金以外の制裁措置の件数	–
輸送			
追加	EN29.	組織の業務に使用される製品、その他物品、原材料の輸送および従業員の移動からもたらされる著しい環境影響	事業所での環境負荷低減 環境パフォーマンスデータ
総合			
追加	EN30.	種類別の環境保護目的の総支出および投資	–

労働慣行とディーセント・ワーク(公正な労働条件)

指標			掲載箇所
マネジメント・アプローチに関する開示			
		下記の労働側面を参照にして、マネジメント・アプローチ項目に関する簡潔な開示を提供する • 雇用 • 労使関係 • 労働安全衛生 • 研修および教育 • 多様性および機会均など	従業員に関する方針
目標とパフォーマンス			
		国際的に認められた普遍的基準への関係を含め、労働側面に関連したパフォーマンスに関する組織全体の目標	CSR行動計画
方針			

指標			掲載箇所
		労働側面に関する組織の全体的なコミットメントを明示する組織全体の方針(または複数の方針)を簡潔に記載する、あるいはこれらが公表されている場所(Webのリンクなど)を記載する。また、上述の国際的基準との関係を参考のため記載する	従業員に関する方針
組織の責任			
		労働側面の経営責任を持つ最上位の役職、あるいはこれらの側面に関して、上級のレベルでの経営責任がどのように分担されているかを説明する	CSR活動方針と推進体制
研修および意識向上			
		労働側面に関連した研修および意識向上に関する手順	仕事にやりがいを感じる環境づくり
監視およびフォローアップ			
		サプライチェーンに関連するものも含めた、監視、是正および予防措置に関する手順	CSR調達 グリーン調達
追加の背景状況情報			
		組織のパフォーマンスを理解するために必要な、以下のような追加の関連情報 • 主な成功事例と欠点 • 組織の主要なリスクと機会 • パフォーマンス改善のため、報告期間内でのシステムまたは構造の大きな変更 • 方針の実践または目標達成のための主要な戦略および手順	–
労働慣行とディーセント・ワーク(公正な労働条件)パフォーマンス指標			
雇用			
中核	LA1.	雇用の種類、雇用契約および地域別の総労働力	人権の尊重と多様な人材の活躍
中核	LA2.	従業員の総離職数および離職率の年齢、性別および地域による内訳	–
追加	LA3.	主要な業務ごとの派遣社員またはアルバイト従業員には提供されないが、正社員には提供される福利	–
労使関係			
中核	LA4.	団体交渉協定の対象となる従業員の割合	人権の尊重と多様な人材の活躍
中核	LA5.	労働協約に定められているかどうかも含め、著しい業務変更に関する最低通知期間	–
労働安全衛生			
追加	LA6.	労働安全衛生プログラムについての監視および助言を行う、公式の労使合同安全衛生委員会の対象となる総従業員の割合	–
中核	LA7.	地域別の、障害、業務上疾病、損失日数、欠勤の割合および業務上の総死亡者数	–
中核	LA8.	深刻な疾病に関して、労働者、その家族またはコミュニティのメンバーを支援するために設けられている教育、研修、カウンセリング、予防および危機管理プログラム	働きやすく快適な職場環境の整備
追加	LA9.	労働組合との正式合意に盛り込まれている安全衛生のテーマ	働きやすく快適な職場環境の整備
研修および教育			

指標			掲載箇所
中核	LA10.	従業員のカテゴリー別の、従業員あたりの年間平均研修時間	―
追加	LA11.	従業員の継続的な雇用適性を支え、キャリアの終了計画を支援する技能管理および生涯学習のためのプログラム	仕事にやりがいを感じる環境づくり
追加	LA12.	定常的にパフォーマンスおよびキャリア開発のレビューを受けている従業員の割合	―
多様性と機会均など			
中核	LA13.	性別、年齢、マイノリティーグループおよびその他の多様性の指標に従った、統治体(経営管理職)の構成およびカテゴリー別の従業員の内訳	人権の尊重と多様な人材の活躍
追加	LA14.	従業員のカテゴリー別の、基本給与の男女比	―

人権

指標			掲載箇所
マネジメント･アプローチに関する開示			
		下記の人権側面を参照にして、マネジメント･アプローチ項目に関する簡潔な開示を提供する • 投資および調達の慣行 • 非差別 • 結社の自由および労働協約 • 児童労働の撲滅 • 強制労働の防止 • 苦情および不満に関する慣行 • 保安慣行 • 先住民の権利	従業員に関する方針
目標とパフォーマンス			
		上記の国際的宣言や基準との関係を示しつつ、人権側面に関連するパフォーマンスに関する組織全体の目標	CSR行動計画
方針			
		人権側面(労働組合または団体交渉に参加するという従業員の意思決定に影響を及ぼすと考えるのが妥当な方針を含む)に対する、組織の全体的なコミットメントを明示する組織全体の方針(または複数の方針)を簡潔に記載する、あるいはこれらが公表されている場所(Webのリンクなど)を記載する。また、上述の国際的宣言および基準との関係を参考のために記載する	CSR活動方針と推進体制 従業員に関する方針
組織の責任			
		人権の側面において経営責任を持つ最上位の役職、あるいはこれらの側面に関して、上級のレベルでの経営責任がどのように分担されているかを説明する	CSR活動方針と推進体制
研修および意識向上			
		人権側面に関連した研修および意識向上に関する手順	人権の尊重と多様な人材の活躍
監視およびフォローアップ			
		サプライチェーンに関連するものも含めた、監視、是正および予防措置に関する手順	CSR調達

指標			掲載箇所
追加の背景状況情報			
		組織のパフォーマンスを理解するために必要な、以下のような追加の関連情報 • 主な成功事例と欠点 • 組織の主要なリスクと機会 • パフォーマンスの改善のため、報告期間内でのシステムまたは構造の大きな変更 • 方針の施行または目標達成のための主要な戦略および手順	–
人権パフォーマンス指標			
投資および調達の慣行			
中核	HR1.	人権条項を含む、あるいは人権についての適正審査を受けた、重大な投資協定の割合とその総数	–
中核	HR2.	人権に関する適正審査を受けた主なサプライヤー（供給者）および請負業者の割合と取られた措置	–
追加	HR3.	研修を受けた従業員の割合を含め、業務に関連する人権的側面に関わる方針および手順に関する従業員研修の総時間	–
無差別			
中核	HR4.	差別事例の総件数と取られた措置	–
結社の自由			
中核	HR5.	結社の自由および団体交渉の権利行使が著しいリスクに曝されるかもしれないと判断された業務と、それらの権利を支援するための措置	–
児童労働			
中核	HR6.	児童労働の事例に関して著しいリスクがあると判断された業務と、児童労働の防止に貢献するための対策	CSR調達
強制労働			
中核	HR7.	強制労働の事例に関して著しいリスクがあると判断された業務と、強制労働の防止に貢献するための対策	CSR調達
保安慣行			
追加	HR8.	業務に関連する人権の側面に関する組織の方針もしくは手順の研修を受けた保安要員の割合	–
先住民の権利			
追加	HR9.	先住民の権利に関係する違反事例の総件数と取られた措置	–

社会

指標			掲載箇所
マネジメント・アプローチに関する開示			
		下記の社会側面を参照にして、マネジメント・アプローチ項目に関する簡潔な開示を提供する • コミュニティ • 不正行為 • 公共政策 • 反競争的な行動	コンプライアンス

指標			掲載箇所
		• コンプライアンス(法規制遵守)	
目標とパフォーマンス			
		上述の側面に関連するパフォーマンスに関する組織全体の目標	CSR行動計画
方針			
		上述の側面に関する組織の全体的なコミットメントを明示する、組織全体の方針(または複数の方針)を簡潔に記載する、あるいはこれらが公表されている場所(Webのリンクなど)を記載する	CSR活動方針と推進体制 コンプライアンス 従業員に関する方針
組織の責任			
		社会的側面の経営責任を持つ最上位の役職、あるいはこれらの側面に関して、上級のレベルでの経営責任がどのように分担されているかを説明する	CSR活動方針と推進体制
研修および意識向上			
		上記社会側面に関連した研修および意識向上に関する手順	コンプライアンス
監視およびフォローアップ			
		サプライチェーンに関連するものも含めた、監視、是正および予防措置に関する手順	CSR調達
追加の背景状況情報			
		組織のパフォーマンスを理解するために必要な、以下のような追加の関連情報 • 主な成功事例と欠点 • 組織の主要なリスクと機会 • パフォーマンスの改善のため、報告期間内でのシステムまたは構造の大きな変更 • 方針の実践または目標達成のための主要な戦略および手順	–
社会パフォーマンス指標			
コミュニティ			
中核	SO1.	参入、事業運営および撤退を含む、コミュニティに対する事業の影響を評価し、管理するためのプログラムと実務慣行の性質、適用範囲および有効性	–
不正行為			
中核	SO2.	不正行為に関連するリスクの分析を行った事業単位の割合と総数	–
中核	SO3.	組織の不正行為対策の方針および手順に関する研修を受けた従業員の割合	コンプライアンス
中核	SO4.	不正行為事例に対応して取られた措置	–
公共政策			
中核	SO5.	公共政策の位置づけおよび公共政策立案への参加およびロビー活動	積極的な情報開示と社会への貢献
追加	SO6.	政党、政治家および関連機関への国別の献金および現物での寄付の総額	–
反競争的な行動			
追加	SO7.	反競争的な行動、反トラストおよび独占的慣行に関する法的措置の事例の総件数とその結果	–

指標			掲載箇所
遵守			
中核	SO8.	法規制の違反に対する相当の罰金の金額および罰金以外の制裁措置の件数	–

製品責任

指標			掲載箇所
マネジメント・アプローチに関する開示			
		下記の製品責任の側面を参照にして、マネジメント・アプローチ項目に関する簡潔な開示を提供する • 顧客の健康と安全 • 製品およびサービスのラベル表示 • マーケティング・コミュニケーション • 顧客のプライバシー • コンプライアンス(法規制遵守)	品質マネジメント
目標とパフォーマンス			
		製品責任側面に関連するパフォーマンスに関する組織全体の目標	CSR行動計画
方針			
		製品責任側面に関する組織の全体的なコミットメントを明示する組織全体の方針(または複数の方針)を簡潔に記載する、あるいはこれらが公表されている場所(Webのリンクなど)を記載する	品質マネジメント
組織の責任			
		製品責任の側面の経営責任を持つ最上位の役職。あるいは、製品責任の側面に関して、上級のレベルでの経営責任がどのように分担されているかを説明する	CSR活動方針と推進体制
研修および意識向上			
		製品責任側面に関連した研修および意識向上に関する手順	お客さまの声を活かすしくみ お客さまサポートの充実
監視およびフォローアップ			
		サプライチェーンに関連するものも含めた、監視、是正および予防措置に関する手順	お客さま価値創出のための協働 CSR調達 グリーン調達
追加の背景状況情報			
		組織のパフォーマンスを理解するために必要な、以下のような追加の関連情報 • 主な成功事例と欠点 • 組織の主要なリスクと機会 • パフォーマンスの改善のため、報告期間内でのシステムまたは構造の大きな変更 • 方針の実践または目標達成のための主要な戦略および手順	–
製品責任のパフォーマンス指標			
顧客の安全衛生			

指標			掲載箇所
中核	PR1.	製品およびサービスの安全衛生の影響について、改善のために評価が行われているライフサイクルのステージ、ならびにそのような手順の対象となる主要な製品およびサービスのカテゴリーの割合	お客さまの声を活かすしくみ お客さまサポートの充実
追加	PR2.	製品およびサービスの安全衛生の影響に関する規制および自主規範に対する違反の件数を結果別に記載	－
製品およびサービスのラベリング			
中核	PR3.	各種手順により必要とされている製品およびサービス情報の種類と、このような情報要件の対象となる主要な製品およびサービスの割合	お客さま先での環境負荷低減
追加	PR4.	製品およびサービスの情報、ならびにラベリングに関する規制および自主規範に対する違反の件数を結果別に記載	－
追加	PR5.	顧客満足度を測る調査結果を含む、顧客満足に関する実務慣行	お客さまの声を活かすしくみ
マーケティング・コミュニケーション			
中核	PR6.	広告、宣伝および支援行為を含むマーケティング・コミュニケーションに関する法律、基準および自主規範の遵守のためのプログラム	ブランドマネジメント
追加	PR7.	広告、宣伝および支援行為を含むマーケティング・コミュニケーションに関する規制および自主規範に対する違反の件数を結果別に記載	－
顧客のプライバシー			
追加	PR8.	顧客のプライバシー侵害および顧客データの紛失に関する正当な根拠のあるクレームの総件数	－
遵守			
中核	PR9.	製品およびサービスの提供、および使用に関する法規の違反に対する相当の罰金の金額	－

CSR活動の報告について国連グローバル・コンパクト対照表

国連グローバル・コンパクトの10原則			掲載箇所
人権	原則1	企業はその影響の及ぶ範囲内で国際的に宣言されている人権の擁護を支持し、尊重する。	CSR活動方針と推進体制 人権の尊重と多様な人材の活躍
	原則2	人権侵害に加担しない。	CSR活動方針と推進体制 CSR調達 人権の尊重と多様な人材の活躍
労働	原則3	組合結成の自由と団体交渉の権利を実効あるものにする。	仕事にやりがいを感じる環境づくり
	原則4	あらゆる形態の強制労働を排除する。	CSR調達 人権の尊重と多様な人材の活躍
	原則5	児童労働を実効的に廃止する。	CSR調達 人権の尊重と多様な人材の活躍
	原則6	雇用と職業に関する差別を撤廃する。	CSR調達 人権の尊重と多様な人材の活躍
環境	原則7	環境問題の予防的なアプローチを支持する。	CSR活動方針と推進体制 CSR行動計画 環境経営の考え方 環境マネジメント キヤノンマーケティングジャパングループ環境方針 CSR調達
	原則8	環境に関して一層の責任を担うためのイニシアチブをとる。	CSR活動方針と推進体制 CSR行動計画 環境経営の考え方 キヤノンマーケティングジャパングループ環境方針 未来につなぐふるさとプロジェクト
	原則9	環境にやさしい技術の開発と普及を促進する。	事業所での環境負荷低減 お客さま先での環境負荷低減 製品ライフサイクルにおける環境配慮 製品の回収・リサイクル活動
腐敗防止	原則10	強要と贈賄を含むあらゆる形態の腐敗を防止するために取り組む。	コーポレートガバナンス コンプライアンス CSR調達